



Pengaruh Leverage, Ukuran, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan CSR sebagai Variabel Moderasi pada Bank di BEI 2019–2023

Nanda Handayani Rambe^{1*}, Listiorini²

¹⁻² Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Harapan Medan, Indonesia

*Penulis Korespondensi: nandarambe0303@gmail.com¹

Abstract. *The increasingly competitive business environment compels every company to enhance its performance and formulate effective strategies to optimize firm value as a long-term objective. In this context, the banking sector holds a strategic position in supporting national economic stability, where public trust is highly dependent on the bank's performance. This study aims to examine the influence of leverage, firm size, and profitability on firm value, with Corporate Social Responsibility (CSR) serving as a moderating variable in banking companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2019–2023 period. The analytical methods employed include Moderated Regression Analysis (MRA) and multiple linear regression. The results indicate that leverage, firm size, and profitability have a significant effect on firm value. However, CSR does not moderate the relationship between these three variables and firm value. Despite this, the findings highlight that CSR implementation remains essential in strengthening a bank's image and enhancing public trust, which ultimately supports the improvement of firm value amid intense competition in the banking industry.*

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Firm Size; Firm Value; Leverage; Profitability.*

Abstrak. Persaingan bisnis yang semakin dinamis mendorong setiap perusahaan untuk terus meningkatkan kinerjanya serta merumuskan strategi yang efektif guna memaksimalkan nilai perusahaan sebagai sasaran jangka panjang. Dalam konteks ini, sektor perbankan memiliki posisi strategis dalam mendukung stabilitas ekonomi nasional, sehingga tingkat kepercayaan masyarakat sangat bergantung pada kinerja bank. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel moderasi pada perusahaan perbankan yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2019–2023. Pendekatan analisis yang digunakan meliputi Moderated Regression Analysis (MRA) serta regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, CSR tidak mampu memperkuat atau memperlemah hubungan antara ketiga variabel tersebut dengan nilai perusahaan. Meskipun demikian, hasil ini menegaskan bahwa penerapan CSR tetap memiliki peranan penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap lembaga perbankan, yang pada akhirnya dapat mendukung peningkatan nilai perusahaan di tengah ketatnya persaingan industri perbankan.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility; Leverage; Nilai Perusahaan; Profitabilitas; Ukuran Perusahaan.*

1. LATAR BELAKANG

Kemajuan dunia usaha mendorong perusahaan meningkatkan nilai perusahaan, yang tercermin dari persepsi pasar terhadap kinerja dan harga saham. Nilai perusahaan menunjukkan kemampuan manajemen menciptakan kesejahteraan pemegang saham melalui kinerja keuangan yang baik (Kristanti, 2022). Di sektor perbankan, kepercayaan masyarakat sangat bergantung pada kinerja bank; kinerja yang baik meningkatkan kepercayaan publik, sedangkan kredit macet menurunkan likuiditas dan memicu masalah. Oleh karena itu, menjaga kesehatan dan stabilitas bank penting untuk mempertahankan nilai perusahaan di mata investor.

Leverage memengaruhi nilai perusahaan dengan mengukur kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek dan panjang (Kasmir, 2024). Pendanaan bisa berasal dari laba ditahan atau utang, dan leverage tinggi meningkatkan risiko keuangan, terutama saat ekonomi menurun (Murnita & Putra, 2018). Beberapa penelitian menunjukkan leverage berpengaruh positif karena dapat meningkatkan laba pemegang saham (Pradnyawati & Gede, 2020), namun pada perusahaan non-keuangan, pengaruhnya tidak signifikan karena investor lebih fokus pada profitabilitas dan pertumbuhan laba (Nugroho & Pratiwi, 2022).

Ukuran perusahaan mencerminkan besarnya aset dan kemampuan menghasilkan pendapatan (Putra & Suryani, 2020). Perusahaan besar dinilai lebih stabil dan dipercaya investor. Namun, hasil penelitian berbeda: Sari & Nugroho (2021) menemukan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan Wulandari & Hidayat (2021) menyatakan tidak signifikan pada sektor perbankan karena investor lebih fokus pada profitabilitas dan efisiensi.

Beberapa rasio keuangan dapat digunakan untuk memperkirakan nilai perusahaan, salah satu yang paling umum digunakan adalah rasio *Price to Book Value* (PBV). Para investor sering menjadikan PBV sebagai indikator utama dalam menyusun strategi investasi di pasar modal. Melalui analisis PBV, investor dapat menilai apakah suatu saham tergolong overvalued atau undervalued. Rasio PBV menggambarkan perbandingan antara harga pasar saham suatu perusahaan dengan nilai bukunya per lembar saham. Umumnya, perusahaan yang memiliki prospek pertumbuhan baik akan menunjukkan rasio PBV lebih dari satu, yang mencerminkan tingkat kesejahteraan pemegang saham yang lebih tinggi. Bagian berikut menampilkan nilai PBV dari perusahaan dengan total aset terbesar selama periode 2016 hingga 2018.

Tabel 1. PBV Perusahaan Perbankan.

Nama Emiten	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
BBRI	2,04	2,68	2,57	2,19
BMRI	1,77	2,2	1,95	1,89
BBCA	3,49	4,11	4,46	3,26
BBNI	1,19	1,83	1,58	2,11
BBTN	1,02	1,75	1,16	1,93
BNGA	0,63	0,92	0,6	0,57
BDMN	0,98	1,7	1,79	1,13

Sumber : www.idx.co.id

Tabel di atas menunjukkan fluktuasi nilai PBV pada beberapa perusahaan, seperti BRRI, BMRI, BBNI, BBTN, BNGA, BDMN, dan BBKA, dengan peningkatan tertinggi terjadi pada BBKA. Nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh faktor keuangan seperti leverage, ukuran perusahaan, dan profitabilitas yang diukur melalui rasio keuangan. Informasi dalam laporan keuangan membantu investor menilai kinerja dan perkembangan manajemen dari waktu ke waktu. Selain faktor keuangan, faktor non-keuangan seperti tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) juga berperan penting dalam memengaruhi nilai perusahaan.

Profitabilitas mencerminkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dan meningkatkan kepercayaan investor, sementara CSR berperan dalam menjaga keberlanjutan, citra, dan nilai perusahaan (Daud et al., 2024; Oktina et al., 2020). Penelitian sebelumnya menunjukkan hasil berbeda terkait peran moderasi CSR terhadap hubungan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan (Neni, 2022; Putri & Andayani, 2020), sehingga penelitian ini mereplikasi studi Mollu et al. (2024) dengan modifikasi pada sampel.

Oleh karena itu, penelitian ini berjudul “Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019–2023.”

2. KAJIAN TEORITIS

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi investor terhadap prospek bisnis, yang diukur dengan *Price to Book Value* (PBV) — rasio antara harga pasar saham dan nilai bukunya. PBV dipilih karena stabil dan mudah dibandingkan antarperusahaan, sehingga efektif menilai potensi pergerakan harga saham (Murnita & Putra, 2018).

Leverage

Leverage menunjukkan sejauh mana perusahaan dibiayai oleh utang (Kasmir, 2024). Rasio ini membantu menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban jangka panjang serta risiko struktur modal. Penggunaan utang berlebih dapat menimbulkan extreme leverage, yaitu kesulitan membayar beban utang.

Ukuran Perusahaan

Menurut Setiawan dan Sha (2022), ukuran perusahaan adalah rasio yang menunjukkan besar kecilnya aktiva yang dimiliki perusahaan. Ukuran ini dapat dilihat dari total aset, penjualan, modal, atau laba. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur menggunakan log total aset untuk memudahkan perbandingan karena nilai total aset perusahaan biasanya sangat besar.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln (\text{Asset})$$

Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualan (Bariyah et al., 2022). Rasio ini mencerminkan kinerja keuangan yang baik, meningkatkan kepercayaan investor, serta memengaruhi harga saham dan nilai perusahaan (Soewignyo & Wanda, 2020).

$$\text{Return On Equity} = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

Corporate Social Responsibility

CSR merupakan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan untuk mendukung keberlanjutan usaha (Susanto, 2023). Berdasarkan ISO 26000:2010 dan UU No. 40 Tahun 2007, CSR menekankan kontribusi perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan melalui praktik etis dan transparan. Pengungkapan CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dengan pendekatan dummy variable (1 jika diungkapkan, 0 jika tidak) (Latupono, 2015).

$$\text{CSRI} = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{N_j}$$

3. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas (sebab–akibat).

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini di Bursa Efek Indonesia Perwakilan Medan yang bertempat di Jl. Ir. H. Juanda Baru No. A5 dan A6 Kota Medan, Sumatera Utara. Penelitian ini dilakukan pada bulan April 2025 sampai dengan selesai.

Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposivesampling yaitu teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2023). Adapun kriteria sampel yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu:

- a. Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI untuk tahun 2019-2023.
- b. Menyediakan laporan keuangan tahunan lengkap selama tahun 2019-2023 secara berturut-turut terkait data variabel penelitian.
- c. Mengungkapkan CSR dalam laporan keuangannya tahun 2019-2023.

Tabel 2. Pemilihan Sampel Penelitian.

No	Kriteria	Hasil
1	Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023	47
2	Tidak menyediakan laporan tahunan lengkap 2019-2023 terkait data variabel penelitian.	(5)
3	Tidak mengungkapkan data terkait CSR tahun 2019-2023	(9)
Total sampel		33

Sumber : www.idx.co.id (Data diolah Peneliti, 2021).

Berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan, diperoleh sebanyak 33 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sebagai objek penelitian. Periode pengamatan dilakukan selama lima tahun, sehingga total data penelitian yang dianalisis berjumlah 165 sampel (33 perusahaan × 5 tahun).

Sumber Data Penelitian

Sumber data dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari publikasi resmi Bursa Efek Indonesia, berupa laporan keuangan tahunan masing-masing perusahaan sampel selama periode 2019 hingga 2023.

Teknik Pengumpulan Data Penelitian

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode dokumentasi, yaitu dengan menghimpun serta memanfaatkan data laporan tahunan perusahaan perbankan periode 2019–2023 yang telah tersedia sebagai sumber informasi. Seluruh data tersebut diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia, yaitu www.idx.co.id.

Defenisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel.

No	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
1	Nilai Perusahaan	Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap perusahaan, yang sering dikaitkan dengan harga saham. Dalam penelitian ini menggunakan PBV.	$PBV = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Laba per Lembar Saham}}$ <p style="text-align: right;"><i>Sumber : Kasmir (2024)</i></p>	Rasio
2	Leverage	Leverage adalah penggunaan asset dan sumber dana perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham,	$DAR = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aset}}$ <p style="text-align: right;"><i>Sumber : Kasmir, (2024).</i></p>	Rasio
4	Profitabilitas	Profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.	$ROE = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$ <p style="text-align: right;"><i>Sumber : Kasmir, (2024).</i></p>	Rasio
5	CSR	CSR (<i>Corporate Social Responsibility</i>) adalah respon sosial atau tanggung jawab sosial terhadap lingkungan sekitar yang dilakukan oleh sebuah perusahaan dalam bentuk berbagai kegiatan.	$CSR_{ij} = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$ <p style="text-align: right;"><i>Sumber : Mardikanto (2024)</i></p>	Rasio

Teknik Analisis Data Penelitian

Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mengetahui tingkat profitabilitas, leverage, ukuran perusahaan, nilai perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal, pada penelitian ini penulis menggunakan uji normalitas dengan metode One Sample Kolmogorov-Smirnov;” uji autokorelasi memakai Durbin-Watson, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas (Ghozali, 2023).

Uji Kelayakan Model

Uji kelayakan model berfungsi untuk menilai sejauh mana model regresi yang digunakan mampu memprediksi nilai aktual dengan tingkat ketepatan yang baik. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen, serta uji signifikansi simultan (uji F) guna menilai pengaruh bersama dari seluruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam model yang dibangun (Ghozali, 2023).

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen—Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, dan CSR terhadap variabel dependen, yaitu Nilai Perusahaan. Penelitian ini menggunakan uji t untuk menguji signifikansi pengaruh masing-masing variabel, dengan kriteria signifikan jika t hitung $>$ t tabel. Selain itu, metode Moderated Regression Analysis (MRA) digunakan untuk menilai peran variabel moderasi dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel, serta uji residual diterapkan untuk mendeteksi penyimpangan hubungan linear antar variabel (Ghozali, 2023).

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 Z + e$$

Keterangan :

Y = Nilai Perusahaan

a = Konstanta, besar nilai Y jika $X = 0$

$\beta_1 - \beta_4$ = Koefisien regresi yaitu menyatakan perubahan nilai Y apabila terjadi perubahan nilai X.

X_1 = *Leverage*

X_2 = Ukuran Perusahaan

X_3 = Profitabilitas

e = *Error term*, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2023 dengan jumlah sampel 165 pengamatan (33 sampel x 5 tahun). Hasil pengolahan data statistik yang diperoleh menggunakan program aplikasi SPSS versi 23 sebagai berikut:

Statistik Deskriptif

Berikut ini adalah hasil pengujian statistik deskriptif dari pengolahan rasio keuangan perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019-2023 sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Statistik Deskriptif.

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	165	0.11	154	0.49	24.1
X2	165	10.80	30.60	16.49	995.2
X3	165	-54.85	52.67	5.35	1059.1
Z	165	87.32	165.31	38.9	21.5
Y	165	0.10	16.13	2.09	263.1
Valid N (listwise)	165				

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan Tabel 4 dapat disimpulkan bahwa Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa Leverage memiliki nilai minimum 0,11 (BGTG, 2020), maksimum 1,54 (BBSI, 2023), dengan rata-rata 0,49 dan standar deviasi 24,1. Ukuran Perusahaan memiliki nilai minimum 10,80 (BNBA, 2023), maksimum 31,10 (DNAR, 2022), rata-rata 16,49, dan standar deviasi 995,2. Profitabilitas menunjukkan nilai minimum -54,85 (BTPN, 2020), maksimum 52,67 (INPC, 2021), dengan rata-rata 5,35 dan standar deviasi 1059,1. Selanjutnya, CSR memiliki nilai minimum 87,32 (BTPS, 2019), maksimum 165,31 (AGRO, 2021), rata-rata 38,9, dan standar deviasi 21,5. Sementara itu, Nilai Perusahaan memiliki nilai minimum 0,10 (BBHI, 2021), maksimum 16,13 (BKSW, 2022), dengan rata-rata 263,1 dan standar deviasi 2,09.

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas sebelum *Outlier*.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		165
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	252.3851688
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.157
	Positive	.157
	Negative	-.111
Test Statistic		.157
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: data diolah 2025

Uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga data tidak normal. Karena terdapat nilai negatif, dilakukan uji outlier dengan boxplot dan mengeluarkan 34 data, lalu uji normalitas diulang pada 151 data tersisa.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas setelah *Outlier*.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		137
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.05858108
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.063
	Positive	.062
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

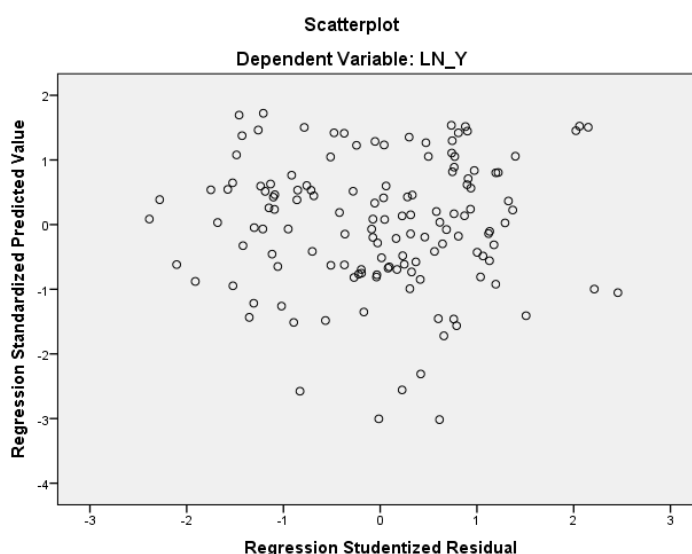
c. Lilliefors Significance Correction.

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

Sumber: data diolah, 2025

Hasil uji Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) $0,118 > 0,05$, sehingga residual berdistribusi normal. Selanjutnya, pengujian dilakukan dengan data yang telah ditransformasi ke bentuk logaritma natural (LN).

b. Uji Heterokedastitas



Sumber: data diolah 2025

Gambar 1. Hasil Grafik *Scatterplot*.

Berdasarkan grafik scatterplot setelah dilakukan transformasi data, terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak di atas dan di bawah garis nol pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah bebas dari gejala heterokedastisitas, sehingga varians residual dapat dianggap homogen.

Tabel 7. Hasil Uji *Glejser*.

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-	1.979		-.849	.398
	LN_X1	1.679	.103	-.032	-.369	.713
	LN_X2	-.038	.215	.076	.870	.386
	LN_X3	.187	.042	.215	2.451	.016
	LN_Z	.104	.053	.106	1.223	.224

a. Dependent Variable: ABSRES1

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan hasil uji Glejser yang ditampilkan pada tabel di atas, diketahui bahwa seluruh variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi telah terbebas dari masalah heterokedastisitas. Temuan ini juga sejalan dengan hasil pengamatan pada grafik scatterplot yang memperlihatkan penyebaran titik secara acak di sekitar garis nol.

c. Uji Multikolonieritas

Berikut hasil dari uji multikolonieritas sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Uji Multikolonieritas.

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.678	3.561			-.191	.849		
LN_X1	-.006	.186	.003		3.032	.005	.925	1.081
LN_X2	.465	.388	.106		2.200	.032	.940	1.063
LN_X3	.049	.076	.057		2.645	.020	.924	1.083
LN_Z	.068	.095	.156		2.766	.008	.945	1.058

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: data diolah, 2025

Hasil uji multikolonieritas menunjukkan seluruh variabel memiliki nilai VIF < 10 dan tolerance > 0,1, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari multikolonieritas.

d. Uji Autokorelasi

Berikut ini disajikan hasil pengujian autokorelasi dengan metode Durbin-Watson (DW) dari pengolahan rasio keuangan perusahaan perbankan terdaftar di BEI periode 2019-2023:

Tabel 9. Hasil Uji Autokorelasi.

Model	Model Summary ^b				
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.173 ^a	.430	.400	1.07450	1.594

a. Predictors: (Constant), LN_Z, LN_X1, LN_X2, LN_X3

b. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas nilai Durbin Watson sebesar 1,594, berada di antara dua (1,03) dan 4-du (2,96), sehingga model regresi dinyatakan bebas dari autokorelasi.

Analisis Regresi Berganda

Tabel 10. Analisis Regresi Linear Berganda.

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	.678	3.561			-.191	.849		
LN_X1	-.006	.186	.003		3.032	.005	.925	1.081
LN_X2	.465	.388	.106		2.200	.032	.940	1.063
LN_X3	.049	.076	.057		2.645	.020	.924	1.083
LN_Z	.068	.095	.156		2.766	.008	.945	1.058

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: data diolah, 2025

Dari tabel di atas, didapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 0,678 - 0,006X_1 + 0,465X_2 + 0,049X_3 + 0,068Z + e$$

Berdasarkan hasil persamaan regresi, diperoleh konstanta (α) sebesar 0,678 yang berarti apabila Leverage, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan CSR bernilai konstan, maka Nilai Perusahaan sebesar 0,678. Variabel Leverage (X_1) memiliki koefisien -0,006, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Leverage akan menurunkan Nilai Perusahaan sebesar 0,006. Sebaliknya, Ukuran Perusahaan (X_2) dengan koefisien 0,465 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan Ukuran Perusahaan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,465. Profitabilitas (X_3) memiliki koefisien 0,049, artinya setiap kenaikan satu satuan Profitabilitas akan meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,049. Sementara itu, CSR (Z) dengan koefisien 0,068 menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan CSR dapat meningkatkan Nilai Perusahaan sebesar 0,068.

Uji Kelayakan Model

a. Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F.

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4.684	4	1.171	11.014	.003 ^b
Residual	152.401	132	1.155		
Total	157.084	136			

a. Dependent Variable: LN_Y

b. Predictors: (Constant), LN_Z, LN_X1, LN_X2, LN_X3

Sumber: data diolah 2025

Berdasarkan hasil uji F pada tabel di atas diperoleh nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,05$, dengan demikian dapat dilihat bahwa nilai signifikan menunjukkan $< 0,05$, artinya bahwa model ini layak untuk digunakan pada penelitian.

b. Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).

Model Summary ^b					
Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.173 ^a	.430	1.07450	.594	

a. Predictors: (Constant), LN_Z, LN_X1, LN_X2, LN_X3

b. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: data diolah, 2025

Nilai R Square sebesar 0,430 menunjukkan bahwa leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan CSR mampu menjelaskan 43% variasi nilai perusahaan, sedangkan 57% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

Uji Hipotesis

Tabel 13. Hasil Uji t.

Model	Coefficients ^a							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	.678	3.561			-.191	.849		
LN_X1	-.006	.186	.003	3.032	.005		.925	1.081
LN_X2	.465	.388	.106	2.200	.032		.940	1.063
LN_X3	.049	.076	.057	2.645	.020		.924	1.083
LN_Z	.068	.095	.156	2.766	.008		.945	1.058

a. Dependent Variable: LN_Y

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan:

- Nilai signifikansi Leverage (Debt to Asset Ratio) sebesar $0,005 < 0,05$, menunjukkan bahwa Leverage berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan perbankan di BEI periode 2019–2023, sehingga H1 diterima.
- Nilai signifikansi Ukuran Perusahaan (Log Natural Total Asset) sebesar $0,032 < 0,05$, menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan perbankan di BEI periode 2019–2023, sehingga H2 diterima.
- Nilai signifikansi Profitabilitas (Return on Equity) sebesar $0,020 < 0,05$, menunjukkan bahwa Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan perbankan di BEI periode 2019–2023, sehingga H3 diterima.

Moderated Regression Analysis (MRA)

Tabel 14. Hasil Uji Signifikansi CSR dalam Memoderasi Pengaruh Leverage Terhadap Nilai Perusahaan.

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1 (Constant)	9.779	.625		15.644	.000	
LN_X1	-.036	.166	-.019	-.219	.827	

a. Dependent Variable: LN_Z

Sumber: Data diolah, 2025

$$Z = 9,779 - 0,036X_1 + e$$

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi sebesar $0,827 > 0,05$, sehingga persamaan tersebut dapat digunakan untuk memperoleh nilai residual CSR (variabel moderasi) yang kemudian digunakan dalam uji residual I:

Tabel 15. Hasil Uji Residual 1.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.711	.278			2.554	.012
LN_Y	-.002	.056	-.003	-.034	-.034	.973

a. Dependent Variable: Residual1

Sumber: data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan moderasi residual sebagai berikut :

$$e = 0,711 - 0,002Y$$

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien Nilai Perusahaan sebesar $-0,002$ dengan signifikansi $0,973 > 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 16. Hasil Uji Signifikansi CSR dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	15.972	2.625			6.084	.000
LN_X2	-.824	.342	-.203	-2.412	-2.412	.017

a. Dependent Variable: LN_Z

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan moderasi residual sebagai berikut :

$$Z = 15,972 - 0,824X_2 + e$$

Berdasarkan tabel di atas, nilai signifikansi sebesar $0,017 < 0,05$, sehingga persamaan tersebut dapat digunakan untuk memperoleh nilai residual CSR (variabel moderasi) yang kemudian digunakan dalam uji residual II:

Tabel 17. Hasil Uji Residual II.

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	.607	.269			2.252	.026
LN_Y	.018	.054	.029	.332	.332	.740

a. Dependent Variable: Residual2

Sumber: Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan moderasi residual sebagai berikut:

$$e = 0,607 + 0,018Y$$

Berdasarkan tabel di atas, nilai koefisien variabel Nilai Perusahaan sebesar 0,018 dengan signifikansi $0,740 > 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.

Tabel 18. Hasil Uji Signifikansi CSR dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	10.061	.415		24.247	.000
LN_X3	-.070	.068	-.088	-1.028	.036

a. Dependent Variable: LN_Z

Sumber : data diolah Peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan moderasi residual sebagai berikut :

$$Z = 10,061 - 0,070X_3 + e$$

Dari tabel di atas, nilai signifikansi sebesar $0,036 < 0,05$, sehingga persamaan tersebut dapat digunakan untuk memperoleh nilai residual dari CSR sebagai variabel moderasi. Nilai residual ini kemudian digunakan dalam uji residual II:

Tabel 19. Hasil Uji Residual III.

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.683	.270		2.532	.012
	LN_Y	.007	.054	.011	.128	.898

a. Dependent Variable: Residual3

Sumber : Data diolah, 2025

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh persamaan moderasi residual sebagai berikut :

$$e = 0,683 + 0,007Y$$

Berdasarkan Tabel IV.16, nilai koefisien variabel Nilai Perusahaan sebesar 0,007 dengan signifikansi $0,898 > 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan.

Pembahasan

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan dan negatif terhadap nilai perusahaan perbankan di BEI periode 2019–2023, dengan koefisien $-0,006$ dan signifikansi $0,032 < 0,05$. Artinya, peningkatan *leverage* menurunkan nilai perusahaan karena tingginya risiko kebangkrutan dan beban bunga. Temuan ini sejalan dengan teori trade-off yang menjelaskan bahwa penggunaan utang hanya menguntungkan hingga batas optimal. Pada sektor perbankan, pengaruh *leverage* juga dipengaruhi oleh regulasi *Capital Adequacy Ratio* (CAR) serta kondisi ekonomi seperti pandemi dan suku bunga. Dengan demikian, *leverage* dapat meningkatkan nilai perusahaan hanya jika didukung profitabilitas dan manajemen risiko yang baik.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan di BEI 2019–2023 (koefisien $0,465$; sig. $0,020$), artinya semakin besar perusahaan, semakin tinggi nilainya karena aset lebih banyak, akses pendanaan luas, serta reputasi dan stabilitas lebih kuat. Temuan ini sejalan dengan Yudha & Arianto (2021) namun berbeda dengan Rosid (2024). Bank besar seperti BCA, BRI, Mandiri, dan BNI memiliki kapitalisasi pasar tinggi karena mampu mengelola risiko dan menjaga profitabilitas, namun pengaruh ukuran tidak mutlak tanpa dukungan profitabilitas, kualitas aset, dan rasio permodalan, ukuran besar tidak menjamin peningkatan nilai.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan di BEI 2019–2023 (koefisien $0,049$; sig. $0,020$), artinya semakin tinggi profitabilitas, semakin meningkat nilai perusahaan karena investor menilai laba efisien. Temuan ini sejalan dengan Sari & Nugroho (2021). Menurut teori sinyal, profitabilitas tinggi memberi isyarat positif tentang prospek dan stabilitas perusahaan, mendorong permintaan saham, serta meningkatkan nilai pasar. Selama pandemi 2020, bank menengah terdampak, sedangkan bank besar seperti BCA, BRI, Mandiri, dan BNI tetap stabil berkat basis dana murah dan diversifikasi pendapatan. Pada 2022–2023, kenaikan suku bunga meningkatkan NIM, memperkuat profitabilitas dan nilai pasar, menunjukkan profitabilitas sebagai faktor utama penentu nilai perusahaan dan kepercayaan investor di sektor perbankan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menunjukkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan perbankan di BEI 2019–2023 (koefisien 0,068; sig. 0,008), artinya peningkatan CSR meningkatkan kepercayaan, legitimasi sosial, dan nilai pasar. Temuan ini sejalan dengan Wijayanti & Prabowo (2021) dan didukung teori stakeholder serta legitimasi. Selama pandemi 2020, bank besar seperti BRI, BCA, Mandiri, dan BNI memperkuat citra melalui program sosial dan digitalisasi, sedangkan 2022–2023 fokus CSR pada keberlanjutan dan SDGs, menarik minat investor ESG. CSR yang konsisten dan relevan terbukti meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan jangka panjang.

Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi CSR

Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak memoderasi pengaruh leverage terhadap nilai perusahaan perbankan di BEI periode 2019–2023, dengan koefisien -0,036 dan signifikansi $0,973 > 0,05$. Artinya, peningkatan leverage tidak berdampak signifikan terhadap nilai perusahaan melalui CSR. Temuan ini sejalan dengan Yufita dan Andayani (2020) serta mendukung teori agensi bahwa leverage tidak selalu memengaruhi nilai perusahaan. Meskipun bank besar aktif menjalankan CSR untuk membangun reputasi, hasilnya belum cukup kuat menyeimbangkan risiko tinggi akibat leverage. Dengan demikian, CSR tetap penting secara sosial, tetapi tidak berperan signifikan sebagai variabel moderasi.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi CSR

Hasil uji menunjukkan koefisien regresi ukuran perusahaan sebesar -0,824 dengan signifikansi $0,740 > 0,05$, sehingga CSR tidak memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Yusmaniarti dkk. (2023) namun berbeda dengan Yudha dan Arianto (2021). Dalam sektor perbankan, ukuran perusahaan berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, sedangkan CSR belum cukup kuat memperkuat hubungan tersebut.

Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dimoderasi CSR

Hasil uji menunjukkan ROE berpengaruh negatif (-0,070) dengan signifikansi $0,898 > 0,05$, sehingga CSR tidak memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Temuan ini sejalan dengan Yufita dan Andayani (2020), menunjukkan bahwa CSR di sektor perbankan lebih berperan memperkuat reputasi daripada meningkatkan profitabilitas langsung. Meski profitabilitas tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan, dampaknya lebih optimal jika disertai penerapan CSR yang konsisten seperti dilakukan BRI, BCA, dan Mandiri selama 2019–2023.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengolahan dan pengujian rasio keuangan pada perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2019–2023, dapat disimpulkan bahwa leverage, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara individual berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor-faktor fundamental dan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi penentu penting dalam peningkatan nilai perusahaan di sektor perbankan. Namun, CSR tidak terbukti mampu memoderasi pengaruh leverage, ukuran perusahaan, maupun profitabilitas terhadap nilai perusahaan, sehingga peran CSR lebih bersifat langsung dalam meningkatkan reputasi, legitimasi, dan kepercayaan investor daripada sebagai variabel penguat hubungan antara rasio keuangan dan nilai perusahaan.

REFERENSI

- Brigham, Eugene F. dan Houston, Joul F. (2024). *Manajemen Keuangan*. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Chandrarin, Grahita. (2023). *Metode Riset Akuntansi Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. (2024). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kasmir. (2024). *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kasmu, R. U., & Ristianawati, Y. (2022). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Property dan Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020. *Financial Journal: Jurnal Akuntansi dan Keuangan, STIE Totalwin*.
- Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 11(4), 1-15. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Lestari, E. S., Rinofah, R., & Maulida, A. (2022). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Forum Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 24(1), 30-44. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i1.10390>
- Mardikanto, Totok. (2024). *CSR (Corporate Social Responsibility) (Tanggungjawab Sosial Korporasi)*. Bandung: Alfabeta.
- Nanda Sapitri & Retno Indah Hernawati. (2023). Pengaruh GCG dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Industri Makanan & Minuman Terdaftar di BEI 2021-2023. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*.
- Putri, A. D., & Andayani, N. (2020). Peran Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Leverage terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Terapan*, 8(2), 115-127.

- Romadhoni, A., Asna, D., & Firdaus, P. (2023). Peran Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Leverage, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Kontemporer*, 15(1), 45-60. <https://doi.org/10.59837/jan.v1i3.15>
- Rosid, Abdul. (2024). Dampak perubahan firm size terhadap firm value dengan profitabilitas sebagai variabel intervening pada perusahaan sektor pertambangan. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*.
- Sari, M., & Nugroho, R. (2020). Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(3), 210-222.
- Sartono, Agus. (2008). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Empat, BPFE; Yogyakarta.
- Septiana, E. D., & Nurcahyono, N. (2023). The Effect of Profitability, Company Size, Capital Structure on Companies Value and Corporate Governance as Moderation Variables. *Economics and Business International Conference Proceeding*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Undang - Undang No. 20 Tahun 2008 Pasal 6 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah..
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- Wardhany, Devi Dean Ayu., Hermuningsih, Sri dan Wijoyo, Gendro. (2019). "Pengaruh Profitabilitas, Leverage dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Tergabung dalam LQ45 pada Periode 2015-2018". *Ensiklopedia of Jurnal*. Vol. 2, No. 1.
- Wijayanti, R., & Prabowo, H. (2021). Analisis Peran CSR dalam Memoderasi Pengaruh Faktor Keuangan terhadap Nilai Perusahaan pada Sektor Manufaktur di BEI. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, 18(3), 134-147
- Yudha, D., & Ariyanto, F. (2021). Peran Corporate Social Responsibility dalam Memoderasi Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, dan Bisnis*, 14(2), 87-98.
- Yufita, A., & Andayani, A. (2020). Pengaruh kinerja keuangan dan firm size terhadap nilai perusahaan dengan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 9(2), 1-15.