

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Struktur Modal, dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2021-2024)

Oleh :

Effelin Albina Yahya

Heri Widodo

Program Studi Akuntansi
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo
September, 2025

Pendahuluan

Nilai perusahaan mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan dan menjadi indikator penting dalam menarik investor.

Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan stabilitas dan prospek jangka panjang yang baik, serta mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola aspek keuangan maupun non-keuangan.



300 juta ton limbah tailing PT Freeport Indonesia telah merusak Sungai dan pesisir di Papua Tengah.



6.000 jiwa dari 23 kampung terdampak pencemaran.

Sumber :<https://betahita.id/>

Pertanyaan Penelitian (Rumusan Masalah)

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
2. Apakah Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
3. Apakah Leverage berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
4. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan?
5. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan?
6. Apakah Ukuran Perusahaan mampu memoderasi hubungan antara Leverage terhadap Nilai Perusahaan?

Metode Penelitian

JENIS PENELITIAN

1

Penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif.

JENIS DATA

2

Penelitian ini menggunakan jenis data sekunder yang bersumber dari BEI.

POPULASI dan SAMPEL

3

83 Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI Tahun 2021-2024 dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, dengan total 156 sampel.

ANALISIS DATA

5

Partial Least Squares (PLS).

4

PENGUMPULAN DATA

Dokumentasi.



Hasil (*Outer Model*)

Tabel 1. Hasil Output *Outer Model*

Konstruk	Validitas Konvergen	Validitas Diskriminan	Reliabilitas	
	Outer Loadings	Cross Loading	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
<i>Corporate Social Responsibility</i>	1.000	1.000	1.000	1.000
Struktur Modal	1.000	1.000	1.000	1.000
Leverage	1.000	1.000	1.000	1.000
Nilai Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000
Ukuran Perusahaan	1.000	1.000	1.000	1.000
Efek Moderasi 1	1.067	1.000	1.000	1.000
Efek Moderasi 2	1.314	1.000	1.000	1.000
Efek Moderasi 3	1.439	1.000	1.000	1.000

Sumber : *output SmartPLS*

- **Uji Validitas** berdasarkan hasil pengujian, seluruh konstruk memenuhi kriteria validitas konvergen dengan nilai *outer loading* > 0.70 . hasil validitas diskriminan melalui *cross loading* juga menunjukkan nilai > 0.70 pada masing-masing konstruk dan lebih besar dibandingkan dengan nilai pada konstruk lain, sehingga kriteria validitas diskriminan terpenuhi.
- **Uji Reliabilitas** berdasarkan hasil pengujian, seluruh konstruk memiliki *nilai cronbach's alpha* dan *composite reliability* > 0.70 . Hal ini menunjukkan bahwa seluruh konstruk memiliki reliabilitas yang baik, sehingga indikator pada masing-masing konstruk konsisten dalam mengukur variabel yang dimaksud.

Hasil (*Inner Model*)

Tabel 2. Hasil *Output Inner Model*

	R Square
Nilai Perusahaan	0.128

sumber : *Output SmartPLS*

- Nilai R Square sebesar 0.128 menunjukkan bahwa sebesar 12,8% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel independen dan moderasi dalam penelitian ini. Sedangkan sisanya sebesar 87,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil (Uji Hipotesis)

Hipotesis dikatakan signifikan atau diterima apabila nilai **T-Statistic** > **1.96** dan nilai **P-Values** < **0.05**. sebaliknya, hipotesis tidak signifikan atau ditolak apabila nilai **T-Statistic** < **1.96** dan nilai **P-Values** > **0.05**.

Tabel 3. *Path Coefficients*

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistic (O/STDEV)	P Values
CSR → Nilai Perusahaan	-0.116	-0.125	0.111	1.047	0.296
Struktur Modal → Nilai Perusahaan	-0.188	-0.185	0.090	2.090	0.037
Leverage → Nilai Perusahaan	-0.114	-0.082	0.114	1.005	0.316
Efek Moderasi 1 → Nilai Perusahaan	-0.062	-0.062	0.089	0.704	0.482
Efek Moderasi 2 → Nilai Perusahaan	0.179	0.170	0.082	2.189	0.029
Efek Moderasi 3 → Nilai Perusahaan	0.146	0.142	0.092	1.599	0.111

Pembahasan

***Corporate Social Responsibility* Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan**

T-Statistic ($1.047 < 1.96$) dan *P-Values* ($0.296 > 0.05$)

CSR dinilai sebagai strategi jangka panjang sehingga dampaknya tidak langsung terlihat. Investor lebih memperhatikan informasi keuangan seperti harga saham atau laba perusahaan. Pengungkapan CSR yang belum konsisten dan informasi yang terbatas tidak memberi sinyal kuat bagi investor.

Didukung oleh : (Adelina & Arza, 2021) dan (Pohan et al., 2019)

Pembahasan

Struktur Modal Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan

T-Statistic ($2.090 > 1.96$) dan *P-Values* ($0.037 < 0.05$), *Original Sample* -0.188

Semakin tinggi proporsi utang, semakin rendah nilai perusahaan. didukung dengan pecking order theory, di mana penggunaan utang berlebihan memberikan indikasi risiko finansial tinggi dan menurunkan kepercayaan investor.

Didukung oleh : (Rasyid et al., 2022) dan (Anggraini & MY, 2021)

Pembahasan

Leverage Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan

T-Statistic ($1.005 < 1.96$) dan *P-Values* ($0.316 > 0.05$)

Tinggi rendahnya utang tidak berdampak langsung pada nilai perusahaan, karena investor lebih menilai kemampuan perusahaan dalam mengelola utang dan kinerja operasional. Dalam industri pertambangan, penggunaan utang merupakan hal yang umum karena membutuhkan modal besar dan proyek jangka Panjang.

Didukung oleh : (Nathanael & Panggabean, 2021) dan (Meze & Tohar, 2020)

Pembahasan

Ukuran Perusahaan Tidak Mampu Memoderasi Hubungan Antara Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

T-Statistic ($0.704 < 1.96$) dan *P-Values* ($0.482 > 0.05$)

Besar kecilnya perusahaan tidak memperkuat atau memperlemah hubungan CSR dengan nilai perusahaan, karena kewajiban pelaporan CSR berlaku untuk semua perusahaan sesuai PP No. 47 Tahun 2012 Pasal 2 tidak bergantung pada seberapa besar perusahaan.

Didukung oleh : (Rasyid et al., 2022) dan (Pohan et al., 2019)

Pembahasan

Ukuran Perusahaan Memperkuat Hubungan Antara Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

T-Statistic ($2.189 > 1.96$) dan *P-Values* ($0.029 < 0.05$), *Original Sample* 0.179

Perusahaan besar memiliki aset, reputasi, dan akses pendanaan yang lebih luas, sehingga mampu mengelola struktur modal secara efisien dan meningkatkan kepercayaan investor.

Didukung oleh : (Ramdhonah et al., 2019) dan (Ayem & Tamu Ina, 2023)

Pembahasan

Ukuran Perusahaan Tidak Mampu Memoderasi Hubungan Antara Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

T-Statistic ($1.599 < 1.96$) dan *P-Values* ($0.111 > 0.05$)

Investor lebih menilai pada seberapa efisien penggunaan utang daripada ukuran perusahaan. Baik perusahaan besar maupun kecil tetap harus mengelola utang secara optimal.

Didukung oleh : (Septiana & Zulkifli, 2024) dan (Anjani & Yuliana, 2023)

Temuan Penting Penelitian

- *Corporate Social Responsibility* Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan
- Struktur Modal Berpengaruh Negatif Terhadap Nilai Perusahaan
- Leverage Tidak Berpengaruh Terhadap Nilai Perusahaan
- Ukuran Perusahaan Tidak Mampu Memoderasi Hubungan Antara *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan
- Ukuran Perusahaan Memperkuat Hubungan Antara Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan
- Ukuran Perusahaan Tidak Mampu Memoderasi Hubungan Antara Leverage Terhadap Nilai Perusahaan

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan evaluasi bagi perusahaan dalam mengelola CSR, struktur modal, dan leverage untuk meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan dengan pengelolaan yang baik akan mampu menarik minat investor dan menjaga keberlanjutan usaha. Selain itu, penelitian ini juga dapat menambah wawasan bagi pembaca serta menjadi acuan untuk penelitian selanjutnya.

Referensi

- [6] Margini and E. Kusumawati, “Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Non Keuangan Tercatat Di BEI Periode 2019 - 2021),” *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 5, pp. 7261–7275, 2023, [Online]. Available: <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- [38] F. Adelina and F. I. Arza, “Pengaruh Intellectual Capital dan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan: Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020,” *J. Eksplor. Akunt.*, vol. 3, no. 3, pp. 583–598, 2021, doi: 10.24036/jea.v3i3.432.
- [17] H. tohir Pohan, I. N. Noor, and Y. F. Bhakti, “Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi,” *J. Akunt. Trisakti*, vol. 5, no. 1, pp. 41–52, 2019, doi: 10.25105/jat.v5i1.4850.
- [26] C. A. M. P. Rasyid, E. Indriani, and R. Hudaya, “Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan,” *J. Apl. Akunt.*, vol. 7, no. 1, pp. 135–156, 2022, doi: 10.29303/jaa.v7i1.146.
- [39] D. Anggraini and A. S. MY, “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan,” *Manag. Account. Expo.*, vol. 2, no. 1, pp. 1–9, 2021, doi: 10.36441/mae.v2i1.92.
- [9] R. F. Nathanael and R. R. Panggabean, “Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, Leverage dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan,” *Balanc. J. Akuntansi, Audit. dan Keuang.*, vol. 17, no. 2, pp. 175–200, 2021, doi: 10.25170/balance.v17i2.2262.
- [16] M. F. Meze and A. Tohar, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi pada Perusahaan Pertambangan ayng Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018,” *Semin. Nas. Manajemen, Ekon. dan Akuntansi Fak. Ekon. dan Bisnis UNP Kediri*, no. September, pp. 330–338, 2020, [Online]. Available: <http://repository.unpkediri.ac.id/4724/>

