MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL DAN TRANSFORMASI DIGITAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR MEDIA DAN HIBURAN YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2021-2025

Aghna Khoirun Nisa[1], Umarudin Kurniawan[2], Ulin Nuha Alfani[3]
Program Studi Akuntansi Perpajakan, Jurusan Ekonomi dan Bisnis,
Politeknik Negeri Lampung
aghnakhoirunnisa80@gmail.com, umarkurnian@polinela.ac.id, ulinalfani@polinela.ac.id

Abstract

This study aims to analyze the effect of profitability, capital structure, and digital transformation on firm value in media and entertainment sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange during 2021–2025. This research uses a quantitative approach and secondary data obtained from company annual reports and financial statements. Firm value is measured by Price to Book Value (PBV), profitability by Return on Assets (ROA), capital structure by Debt-to-Equity Ratio (DER), and digital transformation by a dummy variable. The sample consists of 12 companies and 60 firm-year observations selected through purposive sampling. After the removal of 14 observations identified as outliers, 46 observations were analyzed using multiple linear regression with IBM SPSS Statistics 26. The results indicate that profitability has a positive and significant effect on firm value. Capital structure also has a positive and significant effect, although this direction is contrary to the proposed hypothesis. Digital transformation has no significant effect on firm value. Simultaneously, profitability, capital structure, and digital transformation have a significant effect on firm value. The findings indicate that financial performance and financing decisions remain important factors in explaining firm value, while the dummy measure of digital transformation has limited ability to distinguish companies in an industry where digital adoption is already widespread.

Keywords: Profitability, Capital Structure, Digital Transformation, Firm Value

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor media dan hiburan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2021–2025. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan data sekunder yang diperoleh dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan. Nilai perusahaan diukur menggunakan *Price to Book Value* (PBV), profitabilitas menggunakan *Return on Assets* (ROA), struktur modal menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), dan transformasi digital menggunakan variabel dummy. Sampel penelitian terdiri atas 12 perusahaan dengan 60 observasi perusahaan-tahun yang dipilih melalui purposive sampling. Setelah 14 observasi yang terindikasi sebagai outlier dikeluarkan, 46 observasi dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi arah tersebut tidak sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Transformasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, profitabilitas,

Article history
Received: Agustus 2026
Reviewed: Agustus 2026
Published: Agustus 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari



This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

ISSN : 3025-9495

struktur modal, dan transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kinerja keuangan dan keputusan pendanaan tetap menjadi faktor penting dalam menjelaskan nilai perusahaan, sedangkan pengukuran transformasi digital dengan variabel dummy memiliki keterbatasan dalam membedakan perusahaan pada industri yang adopsi digitalnya telah meluas.
Kata Kunci: ***Profitabilitas***, ***Struktur Modal***, ***Transformasi Digital***, ***Nilai Perusahaan***

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah lanskap bisnis global, termasuk industri media dan hiburan diIndonesia. Data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia menunjukkan bahwa penetrasi internet Indonesia terus meningkat dan pada tahun 2025 mencapai 80,66% atau 229.428.417 jiwa. Perubahan tersebut tidak hanya memperluas infrastruktur digital, tetapi juga mengubah perilaku masyarakat dalam berkomunikasi, memperoleh hiburan, dan mengonsumsi konten [1]. Industri media dan hiburan berada pada garis depan disrupsi digital karena internet mengubah cara konten diproduksi, didistribusikan, dan dikonsumsi. Laporan industri juga memproyeksikan pertumbuhan pasar entertainment and media Indonesia yang didorong oleh iklan internet, connected television, dan layanan streaming [2].

Perubahan tersebut menciptakan peluang sekaligus tekanan bagi perusahaan sub sektor media dan hiburan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan perlu memperluas pasar konsumen, mengembangkan platform digital, meningkatkan kualitas konten, dan menyesuaikan model bisnis dengan pergeseran konsumsi konten secara daring. Dalam kondisi tersebut, nilai perusahaan menjadi salah satu indikator penting karena mencerminkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan investor dan kesejahteraan pemegang saham [3].

Profitabilitas merupakan salah satu faktor yang diduga memengaruhi nilai perusahaan. Rasio profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui sumber daya yang dimiliki. Semakin tinggi profitabilitas, semakin kuat sinyal mengenai efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan. Faktor lain adalah struktur modal, yaitu komposisi pendanaan yang berasal dari utang dan ekuitas. Struktur modal yang tepat dapat mendukung ekspansi, tetapi utang yang berlebihan juga dapat meningkatkan risiko keuangan. Faktor ketiga adalah transformasi digital, yaitu perubahan proses bisnis, layanan, teknologi, dan model operasi yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan efisiensi dan daya saing [4].

Penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten. Profitabilitas ditemukan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dalam beberapa penelitian, tetapi penelitian lain menemukan pengaruh negatif. Struktur modal juga dilaporkan memiliki pengaruh positif maupun negatif. Sementara itu, digitalisasi pada sebagian penelitian tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan penelitian lain menemukan pengaruh positif. Perbedaan hasil tersebut menunjukkan adanya research gap yang perlu diuji kembali pada objek perusahaan sub sektor media dan hiburan dengan periode 2021–2025.

Penelitian ini menggunakan teori sinyal sebagai landasan. Teori sinyal menjelaskan bahwa manajemen menyampaikan informasi kepada investor untuk mengurangi asimetri informasi. Profitabilitas, keputusan struktur modal, dan adopsi transformasi digital dapat dipandang sebagai sinyal mengenai prospek perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini

bertujuan menganalisis pengaruh profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital terhadap nilai perusahaan secara parsial maupun simultan.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Teori Sinyal

Teori sinyal pertama kali dikembangkan untuk menjelaskan bagaimana pihak yang memiliki informasi lebih banyak menyampaikan sinyal kepada pihak lain yang memiliki informasi lebih terbatas. Dalam konteks perusahaan, manajemen memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai kondisi dan prospek perusahaan dibandingkan investor. Informasi keuangan dan keputusan manajemen dapat diinterpretasikan investor sebagai *good news* atau *bad news*. Sinyal positif dapat meningkatkan kepercayaan investor, permintaan saham, harga saham, dan pada akhirnya nilai perusahaan [5].

2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan menggambarkan persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan. Penelitian ini mengukur nilai perusahaan dengan *Price to Book Value* (PBV), yaitu perbandingan harga pasar per lembar saham dengan nilai buku per lembar saham. PBV dipilih karena dapat menunjukkan bagaimana pasar menilai perusahaan dibandingkan nilai bukunya. Rumus yang digunakan adalah:

PBV = Harga Saham / Nilai Buku per Saham.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Penelitian ini menggunakan *Return on Assets* (ROA), yaitu perbandingan laba bersih dengan total aset. ROA menggambarkan kemampuan manajemen memanfaatkan aset untuk menghasilkan laba. Rumus yang digunakan adalah:

ROA = Laba Bersih / Total Aset.

2.4 Struktur Modal

Struktur modal merupakan komposisi utang dan ekuitas yang digunakan untuk membiayai aset dan kegiatan operasional perusahaan. Penelitian ini menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER), yaitu perbandingan total utang dengan total ekuitas. DER menunjukkan besarnya pendanaan kreditor dibandingkan modal pemegang saham. Rumus yang digunakan adalah:

DER = Total Utang / Total Ekuitas × 100%.

2.5 Transformasi Digital

Transformasi digital didefinisikan sebagai tingkat adopsi dan implementasi teknologi digital dalam proses operasi dan model bisnis perusahaan yang diungkapkan dalam laporan tahunan. Indikator yang digunakan meliputi migrasi konten tradisional ke platform digital, pemanfaatan kecerdasan buatan untuk rekomendasi konten, personalisasi pengalaman pengguna, serta pengembangan aplikasi dan platform digital interaktif. Apabila satu atau lebih indikator ditemukan dalam laporan tahunan, perusahaan diberi skor 1; apabila tidak ditemukan, perusahaan diberi skor 0.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

2.6 Pengembangan Hipotesis

Profitabilitas yang tinggi memberikan sinyal positif mengenai kemampuan perusahaan mengelola aset dan menghasilkan laba. Sinyal tersebut dapat meningkatkan minat investor dan nilai perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis pertama adalah:
H_1: Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal yang optimal dapat mendukung pembiayaan ekspansi, tetapi utang yang tinggi juga meningkatkan risiko. Berdasarkan argumentasi dalam skripsi, struktur modal diprediksi berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
H_2: Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Transformasi digital dapat menjadi sinyal bahwa perusahaan mampu beradaptasi, berinovasi, dan mempertahankan daya saing dalam perubahan perilaku konsumen.
H_3: Transformasi digital berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh kombinasi faktor keuangan dan nonkeuangan. Profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital secara bersama-sama diperkirakan memberikan informasi mengenai kinerja serta prospek perusahaan.
H_4: Profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan data sekunder. Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan sub sektor media dan hiburan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2021–2025. Sampel dipilih menggunakan purposive sampling berdasarkan kriteria: perusahaan terdaftar pada sub sektor media dan hiburan selama periode penelitian, terdaftar secara konsisten selama 2021–2025, dan menerbitkan laporan tahunan secara berturut-turut selama periode penelitian.

Berdasarkan kriteria tersebut, dari 20 perusahaan diperoleh 12 perusahaan yang memenuhi syarat. Dengan periode pengamatan lima tahun, diperoleh 60 observasi perusahaan-tahun. Setelah pengujian awal dan penghapusan 14 observasi yang terindikasi sebagai outlier, jumlah observasi yang digunakan dalam analisis akhir adalah 46 observasi.

Variabel	Proksi	Pengukuran	Skala
Nilai perusahaan (Y)	PBV	Harga saham / nilai buku per saham	Rasio
Profitabilitas (X_1)	ROA	Laba bersih / total aset	Rasio
Struktur modal (X_2)	DER	Total utang / total ekuitas × 100%	Rasio
Transformasi digital (X_3)	Dummy	1 = melakukan transformasi digital; 0 = tidak	Nominal

Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan IBM SPSS Statistics 26. Model regresi yang digunakan adalah: $Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2X2 + \beta 3X3 + e$.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 9 Tahun 2026

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maksimum	Mean	Std. Deviasi
Profitabilitas	60	-0,89	0,67	-0,0537	0,20484
Struktur modal	60	-28,23	16,65	-0,4122	5,55215
Transformasi digital	60	0,00	1,00	0,9167	0,27872
Nilai perusahaan	60	-20,50	67,04	2,9053	11,261118

Statistik deskriptif menunjukkan bahwa rata-rata profitabilitas bernilai negatif, yang menggambarkan kecenderungan perusahaan sampel mengalami kerugian selama periode pengamatan. Struktur modal juga memiliki rata-rata negatif karena terdapat perusahaan dengan ekuitas negatif. Rata-rata transformasi digital sebesar 0,9167 menunjukkan bahwa sebagian besar observasi perusahaan telah mengungkapkan adopsi transformasi digital. Nilai perusahaan memiliki rentang yang lebar, dengan nilai minimum negatif dan maksimum 67,04.

4.2 Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas sebelum penghapusan outlier menunjukkan nilai *Asymp. Sig.* sebesar 0,000 sehingga residual belum memenuhi asumsi normalitas. Setelah 14 observasi dikeluarkan, uji *Kolmogorov-Smirnov* menghasilkan *Asymp. Sig.* sebesar 0,001, sedangkan *Monte Carlo Sig.* sebesar 0,086. Berdasarkan nilai *Monte Carlo* tersebut, residual dinyatakan memenuhi asumsi normalitas. Uji multikolinearitas menunjukkan seluruh nilai *tolerance* berada di atas 0,10 dan VIF di bawah 10. Uji Glejser menunjukkan nilai signifikansi seluruh variabel di atas 0,05 sehingga tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,453 berada pada daerah yang belum menghasilkan keputusan, sehingga digunakan *Run Test*. Nilai *Asymp. Sig. Run Test* sebesar 0,101 > 0,05 dan menunjukkan tidak terdapat gejala autokorelasi.

4.3 Regresi Linear Berganda dan Uji Hipotesis

Variabel	Koefisien B	Beta	t	Sig.
Konstanta	0,649	-	1,002	0,322
Profitabilitas (ROA)	2,404	0,140	2,263	0,029
Struktur modal (DER)	0,591	0,916	14,854	0,000
Transformasi digital	0,184	0,017	0,268	0,790

Persamaan regresi yang diperoleh adalah Y = 0,649 + 2,404X1 + 0,591X2 + 0,184X3 + e. Nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,831 menunjukkan bahwa 83,1% variasi nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital, sedangkan 16,9% sisanya dijelaskan oleh faktor lain di luar model.

Hasil uji t menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,029 < 0,05 dan koefisien positif, sehingga H_1 diterima. Struktur modal memiliki nilai signifikansi 0,000 < 0,05 dan koefisien positif. Dengan demikian, struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H_2 yang memprediksi arah negatif ditolak. Transformasi digital memiliki nilai signifikansi 0,790 > 0,05, sehingga H_3 ditolak. Hasil uji F menunjukkan F hitung 74,993 dengan signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga H_4 diterima.

4.4 Pembahasan

Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Temuan ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki dipandang sebagai sinyal positif oleh investor. Perusahaan dengan profitabilitas tinggi dianggap memiliki kinerja operasional dan prospek yang lebih baik. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menemukan pengaruh positif profitabilitas terhadap nilai perusahaan [6] [7]. Dalam konteks industri media dan hiburan, efisiensi pengelolaan aset berbasis konten dan platform digital dapat tercermin pada peningkatan laba, sehingga memperkuat persepsi investor.

Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi arah pengaruh tersebut bertentangan dengan hipotesis. Hasil ini mengindikasikan bahwa penggunaan utang tidak selalu dipandang negatif oleh investor. Pada industri media dan hiburan, utang dapat digunakan untuk mengembangkan platform digital, meningkatkan kualitas konten, mengadopsi teknologi, memperluas distribusi, dan memperkuat daya saing. Investor dapat menafsirkan penggunaan utang sebagai sinyal kepercayaan manajemen terhadap prospek pertumbuhan perusahaan. Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menemukan pengaruh positif struktur modal terhadap nilai perusahaan, tetapi berbeda dengan penelitian yang menemukan pengaruh negatif [8] [9].

Transformasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Salah satu penjelasan yang digunakan adalah bahwa hampir seluruh perusahaan sub sektor media dan hiburan telah melakukan transformasi digital melalui platform streaming, layanan OTT, aplikasi seluler, digital advertising, dan media sosial. Dengan demikian, transformasi digital telah menjadi kebutuhan dasar, bukan lagi pembeda kompetitif yang kuat. Selain itu, variabel dummy hanya menangkap ada atau tidaknya adopsi digital, bukan intensitas, kualitas, kedalaman, atau manfaat ekonominya. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menemukan bahwa digitalisasi tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan [10] [11].

Secara simultan, profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan dibentuk oleh kombinasi faktor keuangan dan nonkeuangan. Meskipun transformasi digital tidak signifikan secara parsial, variabel tersebut tetap menjadi bagian dari model yang secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan. Oleh karena itu, hasil uji F tidak boleh ditafsirkan bahwa setiap variabel secara individual berpengaruh signifikan; pengaruh individual tetap merujuk pada hasil uji t.

5.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sub sektor media dan hiburan yang terdaftar di BEI tahun 2021–2025. Struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, tetapi hasil tersebut tidak mendukung hipotesis yang memprediksi arah negatif. Transformasi digital tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, profitabilitas, struktur modal, dan transformasi digital berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat penggunaan teori sinyal dalam menjelaskan bahwa informasi mengenai laba dan keputusan pendanaan dapat memengaruhi persepsi investor. Secara praktis, perusahaan perlu meningkatkan profitabilitas, mengelola struktur modal secara hati-hati, dan melaksanakan transformasi digital yang tidak hanya bersifat adopsi teknologi, tetapi juga menghasilkan efisiensi dan nilai tambah.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah variabel, cakupan objek dan periode, penggunaan variabel dummy untuk transformasi digital, serta penghapusan 14 observasi outlier. Penelitian selanjutnya dapat memperluas objek dan periode pengamatan, menambahkan variabel seperti ukuran perusahaan dan inflasi, menggunakan indeks transformasi digital yang lebih komprehensif, serta mempertimbangkan metode analisis yang sesuai dengan struktur data perusahaan-tahun.

DAFTAR PUSTAKA

[1] Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, "Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet 2025," APJII, 2025.

[2] PricewaterhouseCoopers, "Global Entertainment & Media Outlook 2025–2029," PwC, 2025.

[3] S. E. Harmono, Manajemen Keuangan: Berbasis Balanced Scorecard. Jakarta: Bumi Aksara, 2022.

[4] P. Verhoef, T. Broekhuizen, Y. Bart, A. Bhattacharya, J. Dong, N. Fabian, and M. Haenlein, "Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda," Journal of Business Research, vol. 122, 2021.

[5] E. F. Brigham and J. F. Houston, Dasar-Dasar Manajemen Keuangan, ed. 14. Jakarta: Salemba Empat, 2019.

[6] P. Z. N. Amro and N. F. Asyik, "Pengaruh profitabilitas, pertumbuhan perusahaan, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan," Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, vol. 10, no. 7, 2021.

[7] P. N. Fatimah and A. Martias, "Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada sektor teknologi di Bursa Efek Indonesia periode 2021–2025," Jurnal Akuntansi dan Keuangan, vol. 8, no. 1, 2023.

[8] R. Nofriyanti and N. Rahmani, "Pengaruh struktur modal dan profitabilitas terhadap nilai perusahaan," 2022.

[9] D. M. Irawati, S. Hermuningsih, and A. Maulida, "Analisis pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan," Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Bisnis Syariah, vol. 4, no. 3, 2022.

[10] M. C. Jasmin, A. Puspitasari, and H. Noviarty, "Pengaruh penerapan sistem digitalisasi, efektivitas, pengendalian internal, dan pengungkapan pengendalian internal terhadap nilai perusahaan," Jurnal Akuntansi Manajemen Ekonomi dan Kewirausahaan, vol. 4, no. 2, 2024.

[11] S. Susanti, et al., "Pengaruh pertumbuhan penjualan, ukuran perusahaan, dan sistem digitalisasi terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel intervening," 2025.

[12] I. Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, ed. 10. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2021.

[13] Vungky and Ismunawan, "Determinan nilai perusahaan: Studi kasus perusahaan transportasi dan logistik periode 2018–2021," 2023.