



## PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Aldila Firli Cahya Ismatasari<sup>1</sup>, Aloysius Harry Mukti<sup>2\*</sup>, Wijaya Triwacaningrum<sup>3</sup>

### AFILIASI:

<sup>1</sup> Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pelita Harapan

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Pelita Harapan

### \*KORESPONDENSI:

aloyusius.harry@dsn.ubharajaya.ac.id

THIS ARTICLE IS AVAILABLE IN: <https://e-journal.umc.ac.id/index.php/JPK>

DOI: [10.32534/jpk.v11i2.5477](https://doi.org/10.32534/jpk.v11i2.5477)

### CITATION:

Ismatasari, A. F. C., Harry Mukti, A., & Triwacaningrum, W. . (2024). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. *Jurnal Proaksi*, 11(2), 329–350.

<https://doi.org/10.32534/jpk.v11i2.5477>

### Riwayat Artikel :

#### Artikel Masuk:

9 Februari 2024

#### Di Review:

15 Maret 2024

#### Diterima:

12 Juni 2024

### Abstrak

Kegiatan *Corporate Social Responsibility* dilakukan dengan motivasi salah satunya adalah meningkatkan reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai bagi pemegang saham. Hal ini sejalan dengan optimalisasi struktur modal yang baik berdampak bagi nilai perusahaan. Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ialah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2017–2021. Pemilihan sampel dilakukan berdasarkan teknik purposive sampling dengan kriteria seluruh perusahaan manufaktur pada sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dan tercantum pada S&P Capital IQ selama periode 2017–2021, perusahaan yang melakukan Initial Public Offerings (IPO) sebelum tahun 2017, perusahaan yang menyediakan informasi lengkap atas seluruh variabel yang digunakan dalam penelitian sehingga diperoleh total sampel sebanyak 44 perusahaan manufaktur. Metode analisis yang digunakan ialah analisis regresi linear berganda. Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji - t dengan hasil penelitian menunjukkan (1) *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (2) *Capital Structure* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*, Struktur Modal, Nilai Perusahaan

### Abstract

*Corporate Social Responsibility* activities are conducted with motivations including enhancing the company's reputation and increasing value for shareholders. This aligns with the notion that an optimal capital structure positively impacts the company's value. The purposes of this research to analyze the effect of *Corporate Social Responsibility* to Firm Value. The population used in this research are consumer goods companies listed on the Indonesia Stock Exchange from period 2017–2021. This Research uses purposive sampling method with the criteria of all manufacturing companies in the manufacture sector that are listed on the Indonesia Stock Exchange and listed on S&P Capital IQ from period 2017–2021, companies that conducted Initial Public Offerings (IPO) before 2017, companies that provide complete information on all variables used in the research so that the total sample is 44 company manufacture companies. The Analytical method used is multiple linear regression analysis. Hypothesis testing using t - test with research results showing that (1) *Corporate Social Responsibility* has a negative and significant effect on Firm Value, (2) *Capital Structure* has a negative and significant effect on Firm Value.

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility*, Capital Structure, Firm Value

## PENDAHULUAN

Memaksimalkan nilai dari perusahaan ialah satu diantara maksud dan tujuan didirikannya suatu badan usaha. Menurut (Brigham & Gapenski, 1996), tingginya nilai suatu perusahaan akan berpengaruh kepada kemakmuran *shareholder* (pemegang sahamnya). Nilai dari suatu perusahaan merupakan indikator penting yang dapat mempengaruhi pandangan investor mengenai apakah saham dari suatu badan usaha layak dibeli atau tidak karena jika makin tingginya nilai dari suatu entitas berpengaruh kepada makin tinggi juga kepercayaan pasar dalam menilai kinerja dari suatu badan usaha untuk prospek saat ini maupun pada kinerja dan prospek pada masa depan. Hal ini bisa menciptakan persaingan antar perusahaan supaya dapat memaksimalkan nilai perusahaan yaitu untuk memperoleh keyakinan dan kepastian dari seorang penanam modal untuk melakukan penanaman modal perusahaannya. Adapun suatu badan usaha yang mempunyai *return* investasi yang tinggi mampu menjadi ketertarikan investor dalam membeli saham pada badan usaha tersebut. Pada era modern ini perusahaan sudah semakin berkembang dan dengan adanya perkembangan ini terjadi dampak negatif yang ditimbulkan, seperti kesenjangan dan kerusakan lingkungan sekitarnya. Contohnya adalah pada perusahaan manufaktur dalam prosesnya akan menghasilkan residu baik gas, padat, atau cair. Limbah yang dibuang secara sembarangan akan menyebabkan kerusakan bagi ekosistem di sekitarnya seperti polusi air, udara, tanah maupun suara. Dampak negatif tersebut dapat terjadi apabila perusahaan tidak melakukan pengelolaan limbah dengan baik dan lebih lanjut. Oleh karena itu, badan usaha perlu meningkatkan kesadaran dalam menjaga lingkungan dan mencari pola kerja sama dengan seluruh pemangku kepentingan supaya dapat meningkatkan kinerjanya sehingga perusahaan mampu bersaing dengan perusahaan lain dimana hal ini ialah tanggung jawab social dari suatu badan usaha.

CSR adalah suatu kewajiban sosial yang dilaksanakan suatu badan usaha pada lingkungan sekitar perusahaan dan juga masyarakat agar mampu mendorong dunia usaha dalam menjalankan aktivitas suatu badan usaha agar tidak menimbulkan dampak yang buruk terhadap masyarakat dan lingkungan hidup sekitarnya. Pemikiran dalam melandasi adanya CSR ini yaitu karena suatu badan usaha bukan hanya bertanggung jawab kepada *shareholder* saja, namun juga kepada *stakeholdernya* seperti investor, pegawai, komunitas, pelanggan, kompetitor dan *supplier* (Rika & Islahudin, 2008). Jadi CSR merupakan suatu aktivitas dari suatu badan usaha yang dilakukan untuk tujuan sosial yang tidak memperhitungkan keuntungan ekonomis karena kegunaan dari adanya pelaksanaan CSR adalah untuk membangun legitimasi sosial dan citra yang baik di lingkungan masyarakat sehingga dengan adanya aktivitas tersebut diharapkan mampu meningkatkan loyalitas konsumen terhadap suatu badan usaha yang mana akan berpengaruh dalam meningkatkan nilai suatu perusahaan.

Banyak perusahaan yang hanya mengutamakan penyelamatan asset-assetnya dan meningkatkan kekayaan bersihnya dibanding mengatasi permasalahan social dan lingkungan yang ditimbulkan dari proses produksinya dimana masalah ini merupakan contoh yang menunjukkan masih lemahnya pelaksanaan CSR di Indonesia. Oleh karena itu, Indonesia mencetuskan regulasi kewajiban dalam melaksanakan tanggung jawab social perusahaan yang tertuang pada Undang-Undang No.40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT) Pasal 74 dan juga Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal pada Pasal 15, Pasal 17, dan Pasal 34. Pada penelitian sebelumnya yang menjelaskan bahwa (Kesumastuti & Dewi, 2021), *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu memberi pengaruh baik ke nilai perusahaan yang mana ini terjadi karena pada perusahaan-perusahaan yang diteliti mempunyai sistem informasi yang baik, jumlah penjualan besar, aktiva yang besar, keahlian karyawan yang baik, struktur kepemilikan lengkap, jenis produk beragam, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan CSR tinggi, sehingga semakin tinggi aktivitas CSR yang diungkapkan maka akan menambah kepercayaan para investor sehingga akhirnya dapat meningkatkan nilai dari suatu badan usaha (Erwanti & Haryanto, 2017).

Penelitian oleh (Angela et al., 2023) dalam sektor makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan bahwa pengelolaan modal kerja yang baik, arus kas bebas yang positif, dan profitabilitas yang tinggi berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Dengan menggunakan teknik regresi linier berganda pada data perusahaan sub-sektor makanan dan minuman selama periode 2019-2021, hasil penelitian menegaskan bahwa ketiga faktor ini secara signifikan mempengaruhi nilai perusahaan, menyarankan perusahaan untuk memperhatikan siklus konversi kas, memiliki arus kas bebas yang positif, dan meningkatkan profitabilitas untuk menarik lebih banyak investor serta meningkatkan nilai perusahaan

Sementara itu, penelitian oleh (Mustakin et al., 2021) dalam industri otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia menemukan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, dan profitabilitas tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Menggunakan metode analisis regresi data panel pada data perusahaan otomotif periode 2015-2018, penelitian ini mengungkapkan bahwa, dalam konteks industri otomotif, faktor-faktor tersebut mungkin tidak selalu menjadi penentu utama dalam menentukan nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan faktor lain atau kombinasi faktor yang mungkin lebih berpengaruh terhadap nilai perusahaan dalam industri otomotif.

Analisis tersebut mengindikasikan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dapat berbeda antar industri, menyoroti pentingnya pendekatan yang disesuaikan dengan konteks industri spesifik saat mengevaluasi dan merumuskan strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kedua studi tersebut, meski berfokus pada sektor yang berbeda, sama-sama menekankan bahwa pemahaman mendalam tentang dinamika industri dan faktor-faktor internal perusahaan adalah kunci untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor dan stakeholder lainnya.

Struktur modal menjadi salah satu faktor yang memiliki pengaruh pada nilai perusahaan. Badan usaha perlu merencanakan dalam penetapan struktur modal karena diharapkan perusahaan dapat memaksimalkan nilai dari suatu perusahaan, selain itu juga dapat mampu mengungguli persaingan bisnis. Faktor penting yang menjadi pertimbangan dalam investasi ialah *Capital Structure* karena *Capital Structure* memiliki relevansi dengan risiko maupun pengembalian yang akan diterima oleh investor. Laporan keuangan menjadi informasi perusahaan yang diperlukan investor yang berfungsi untuk melihat struktur modal perusahaan. Struktur modal merupakan suatu komparasi nilai utang dengan nilai modal sendiri. Diharapkan dengan terciptanya *capital structure* yang baik maka akan meningkatkan nilai perusahaan dimana *Capital Structure* (struktur modal) yang baik yaitu dengan memaksimalkan tingkat keseimbangan antara *return* dengan risiko sehingga dapat meningkatkan harga saham dari suatu badan usaha.

Penulis menggunakan perusahaan manufaktur pada penelitian kali ini. Dalam sektor manufaktur dibagi menjadi ke dalam bagian-bagian bidang industri yaitu sektor industri barang konsumsi, sektor dasar dan kimia dan juga sektor aneka industri. Industri manufaktur adalah industri terbesar yang tercatat dalam Bursa Efek Indonesia, maka penulis tertarik menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian. Di Indonesia sektor andalan yang menyumbang pertumbuhan ekonomi nasional tertinggi yaitu perusahaan manufaktur. Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia menunjukkan bahwa pada industri manufaktur menjadi penyumbang yang mengalami pergerakan kenaikan pertahunnya sejak 2017, bahkan pada masa pandemi *Covid-19*. Pada 2021, sektor industri mencatatkan PDB yang meningkat dari tahun 2020. Pada tahun 2021, tingkat investasi dalam sektor manufaktur mencapai Rp325,4 triliun dimana hasil ini telah melampaui yang ditargetkan menjadi pencapaian investasi manufaktur, serta mengalami peningkatan 19% dari tahun sebelumnya.

Celah penelitian yang akan diisi dalam penelitian ini adalah Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dalam Konteks Indonesia: Meskipun telah disebutkan bahwa CSR dapat memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, namun belum ada penelitian khusus yang mendalam mengenai hubungan ini dalam konteks Indonesia. Penelitian empiris yang lebih lanjut dapat menguji

secara spesifik bagaimana aktivitas CSR mempengaruhi nilai perusahaan di Indonesia, serta faktor-faktor apa yang mungkin memoderasi hubungan ini. Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur: Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa struktur modal dapat mempengaruhi nilai perusahaan, terutama dalam konteks *Trade-off Theory*. Namun, belum ada penelitian yang secara khusus mengeksplorasi bagaimana struktur modal memengaruhi nilai perusahaan di sektor manufaktur di Indonesia. Penelitian lebih lanjut dapat menguji hubungan ini dan faktor-faktor apa yang mempengaruhi keputusan struktur modal perusahaan manufaktur di Indonesia.

Pengaruh Lingkungan Eksternal terhadap Nilai Perusahaan: Terdapat keterkaitan antara tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan dampak lingkungan perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun, penelitian belum secara khusus mengeksplorasi bagaimana faktor-faktor lingkungan eksternal, seperti regulasi pemerintah terkait lingkungan dan tanggapan masyarakat, mempengaruhi nilai perusahaan di Indonesia. Penelitian lebih lanjut dapat mengisi kesenjangan ini dengan menganalisis bagaimana faktor-faktor lingkungan eksternal ini memengaruhi nilai perusahaan di Indonesia.

Pada penelitian sebelumnya yaitu (Mustabsyirah, 2020), mengemukakan bahwa struktur modal mampu mempengaruhi secara positif terhadap nilai perusahaan yang dibantu oleh adanya *Trade-off Theory*. Hal ini mengemukakan bahwa manfaat dari peningkatan nilai utang yang lebih dari pengorbanan akan memberikan manfaat dari pemanfaatan utang tersebut untuk mengoptimalkan nilai perusahaan dimana peningkatan jumlah hutang dikarenakan oleh manajemen perusahaan yang memakai hutang itu dengan tujuan untuk peluasan usaha dari perusahaan (Hairi, 2019).

Secara spesifik maka kontribusi pengetahuan yang ditambahkan adalah Konteks Global tentang CSR dan Praktek Manufaktur: Penelitian dapat melengkapi tinjauan literatur dengan menyertakan studi atau teori-teori global terkait CSR dan praktek bisnis manufaktur. Melalui perbandingan dengan praktik-praktik terbaik secara global, penelitian dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif tentang bagaimana perusahaan manufaktur di Indonesia dapat meningkatkan praktik CSR mereka. Analisis Kasus Studi: Menyertakan analisis kasus studi dari perusahaan manufaktur di Indonesia yang telah berhasil mengimplementasikan praktik CSR yang efektif dapat menjadi tambahan yang berharga. Analisis kasus studi ini dapat memberikan wawasan konkret tentang strategi-strategi yang telah berhasil diterapkan oleh perusahaan dalam meningkatkan nilai mereka melalui CSR.

## KAJIAN PUSTAKA

### Teori Stakeholder

Teori *stakeholder* bisa didefinisikan sebagai satuan kebijakan dan praktik sehubungan para pemangku kepentingan, pemenuhan kaidah hukum maupun nilai-nilai serta komitmen suatu entitas dalam turut andil untuk penyusunan yang berkelanjutan serta pengakuan masyarakat dan juga lingkungan. Teori *stakeholder* mengemukakan suatu entitas bukan hanyalah bekerja untuk kepentingannya organisasi akan tetapi juga diharuskan dapat memberi keuntungan untuk pemangku kepentingannya. Dalam hal ini, contoh dari *stakeholder* adalah seperti *shareholders*, pelanggan, kreditor, pemasok, masyarakat, pemerintah, dan pihak lainnya. Jadi dapat dikatakan bahwa dukungan dari pemangku kepentingan sangatlah mempengaruhi keadaan dari suatu badan usaha.

Menurut (Freeman, 1984), *stakeholder theory* menggambarkan tentang bagaimana relasi antara seseorang atau suatu kelompok berpengaruh terhadap kegiatan perusahaan. *Stakeholder theory* adalah suatu paham yang mendefinisikan tentang kepada siapa sajakah suatu entitas akan bertanggung-jawab. Menurut (Clarkson, 1995), pemangku kepentingan dalam perusahaan dikelompokkan dalam dua bagian yaitu *stakeholder* utama (primer) yang mana merupakan pihak

yang berperan penting terhadap suatu entitas karena merupakan bagian penentu didalam pemilihan suatu keputusan badan usaha seperti investor, pekerja, pemegang saham, konsumen, pemasok. Selain itu juga terdapat *stakeholder* sekunder yang merupakan suatu bagian yang bukan berhubungan langsung didalam suatu badan usaha seperti pemerintah.

Stakeholder theory memiliki keterkaitan yang erat dengan penelitian tentang pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Teori ini menekankan pentingnya mempertimbangkan kepentingan dan kebutuhan dari berbagai pemangku kepentingan, seperti shareholders, pelanggan, kreditor, pemasok, masyarakat, pemerintah, dan pihak lainnya, dalam pengambilan keputusan perusahaan. Implementasi CSR dan keputusan terkait struktur modal perusahaan dapat dipandang sebagai respons terhadap ekspektasi dan kepentingan dari stakeholder-stakeholder tersebut. Sebagai contoh, perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung lebih memperhatikan kepentingan masyarakat dan lingkungan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan citra perusahaan di mata stakeholder-stakeholder tersebut. Begitu pula dengan keputusan terkait struktur modal, di mana perusahaan harus mempertimbangkan tidak hanya kepentingan pemegang saham (stakeholder utama), tetapi juga kepentingan kreditor, pemasok, dan stakeholder lainnya. Dengan demikian, pengaruh CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dapat dipahami sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi ekspektasi dan kepentingan dari berbagai pemangku kepentingan sesuai dengan prinsip-prinsip stakeholder theory.

### Teori Kompromi (*Trade Off Theory*)

Teori *Trade off* menjelaskan terdapat struktur modal yang maksimal yang bisa diputuskan dengan cara membuat keteraturan proporsi antara biaya agensi, dampak dari pajak, *bankruptcy costs* dan sebagainya. Dalam penjelasan ini menekankan bahwasannya struktur modal yang maksimal dalam perusahaan bisa diputuskan melalui biaya agensi. Supaya biaya agensi dapat berkurang harus memaksimalkan ketentuan struktur kepemilikan dan hutang (Jensen & Meckling, 1976). Dalam teori ini memberikan penjelasan bahwasannya ukuran, laba maupun pertumbuhan memiliki keterkaitan pada struktur modal dikarenakan hal ini ialah proxy kegunaan pajak mengenai hutang yang banyak ataukah biaya kebangkrutan utang yang sedikit. Suatu entitas mempunyai fleksibilitas keuangan yang lebih banyak akan mempunyai hutang yang lebih sedikit, penyebabnya karena perusahaan ini bisa mentiadakan keperluan pendanaan eksternal dengan mengoptimalkan fleksibilitas perusahaan tersebut (Beattie et al., 2006). Berlawanan dengan *Trade off theory*, terdapat peneliti lain yang menyimpulkan fleksibilitas keuangan menjadi penentu utama dari struktur modal yang maksimal (Brounen et al., 2005; Graham & Harvey, 2001).

Teori *Trade-off* mengenai struktur modal perusahaan menyoroti pentingnya keseimbangan antara biaya agensi, pajak, dan biaya kebangkrutan dalam menentukan struktur modal yang optimal. Dalam konteks penelitian mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan struktur modal terhadap nilai perusahaan, *Trade-off Theory* mengajukan bahwa keputusan mengenai struktur modal perusahaan dapat dipengaruhi oleh pertimbangan mengenai biaya agensi, termasuk upaya untuk meminimalkan konflik keagenan antara manajemen dan pemegang saham. Implementasi CSR bisa menjadi salah satu upaya perusahaan untuk mengurangi biaya agensi dengan meningkatkan kepercayaan dan reputasi di mata pemangku kepentingan. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa faktor lain seperti fleksibilitas keuangan juga dapat memengaruhi keputusan struktur modal, yang menunjukkan kompleksitas dalam penentuan struktur modal yang optimal. Oleh karena itu, analisis keterkaitan antara *Trade-off Theory*, CSR, dan struktur modal perusahaan dapat memberikan wawasan yang lebih dalam tentang bagaimana faktor-faktor ini saling memengaruhi dalam membentuk nilai perusahaan.

### Nilai Perusahaan

Menurut Zenni (2009) mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan faktor dapat memberi gambaran harga suatu badan usaha yang bisa dibeli penanam modal dimana para



pemegang saham dapat menilai buruk atau baiknya suatu perusahaan. Tingkat harga saham yang akan dibeli investor di pasar saham merupakan indikator perhitungan daripada nilai perusahaan dikarenakan makin tinggi harga dari saham entitas juga berpengaruh dengan diikuti tingginya *corporate value*. Kemudian tingginya nilai perusahaan akan jadi impian owner suatu badan usaha dikarenakan akan berpengaruh pada kejayaan *shareholders* yang akan semakin besar. Besarnya kekayaan entitas dan *shareholders* ditunjukkan dalam harga pasar dari saham yang mana adalah refleksi dari ketentuan manajemen asset, pendanaan maupun investasi. Oleh karena itu nilai perusahaan sangat lah penting bagi suatu badan usaha.

Menurut (Rutin et al., 2019), dalam menghitung ratio nilai perusahaan ada tiga metode, yaitu:

a. *Price Earning Ratio* (PER)

Perbandingan dengan tujuan mengetahui pendapatan perusahaan untuk mengukur performa perusahaan pada periode di masa depan. Perhitungan PER, dilakukan melalui perbandingan harga pasar saham dengan keuntungan atau laba per lembarnya.

b. *Price to Book Value* (PBV)

Pembandingan guna memahami apakah harga saham berada pada *overvalued* atau *undervalued* dengan melakukan perbandingan nilai buku saham per lembarnya dengan harga pasar saham per lembar. PBV sering kali digunakan oleh para calon penanam modal guna memutuskan saham yang nantinya untuk dipilah sehingga rasio keuangan ini menentukan keputusan para calon investor dalam berinvestasi. PBV perusahaan diatas satu menunjukkan keadaan perusahaan dengan performa yang baik, berarti harga pasar lebih tinggi dari pada nilai bukunya. Sehingga tingginya nilai PBV maka akan menggambarkan tingginya penilaian para investor terhadap suatu perusahaan.

c. *Tobin's Q*

Nilai pasar suatu bada usaha dijumlahkan dengan debt dan dibandingkan pada jumlah asset suatu perusahaan merupakan penjelasan dari *Tobin's Q*. Hal ini untuk memahami bagaimana tanggapan atau penilaian pasar pada suatu entitas dapat mempengaruhi pada harga saham badan usaha dipasar modal.

### **Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut (Widenta, 2012) CSR ialah suatu bentuk perhatian social sebagai tanggung jawab yang ditanggung oleh suatu entitas terhadap komunitas yang berhubungan dengan aktivitas operasional berdasarkan prinsip sukarelaan dan kemitraan pada bidang lingkungan, ekonomi, social sehingga suatu badan usaha perlu mengenali para *stakeholdernya* dan mengkombinasikan antara kebutuhan maupun kepentingan pemangku kepentingan dalam proses pengambilan keputusan operasional yang strategis. Dalam hal ini, suatu badan usaha memiliki peran krusial untuk melindungi etika dalam aktivitas suatu badan usaha tersebut dengan cara mengamati pengaruh yang dihasilkan dan juga melindungi lingkungan sekitarnya.

Saat ini perusahaan bukan lagi hanya mementingkan suatu kewajiban yang berdasarkan *single bottom line* yang tidak lain adalah nilai perusahaan dimana penggambarannya hanya ada didalam kondisi keuangannya. Akan tetapi saat ini suatu entitas juga mempunyai tanggung jawab yang harus berlandaskan *triple bottom lines* dimana selain melaksanakan kewajiban pada keuangan, terdapat faktor lingkungan dan juga social yang perlu diperhatikan sebab apabila hanya dengan melihat kondisi keuangan, belum dapat mempertahankan nilai perusahaan dapat bertumbuh secara berkelanjutan. Dikarenakan perusahaan juga perlu melihat baik dari dimensi lingkungan hidup maupun social dan juga ekonomi dalam menjaminnya keberlanjutan. Hal inilah yang mendasari pada komunitas global yang dewasa ini sudah sadar akan kepedulian tentang keadaan lingkungan maupun social sekitarnya.

## PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berlandaskan pada penelitian sebelumnya yang menjelaskan Kusumastuti & Dewi, bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) mampu mempengaruhi secara positif pada nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan perusahaan-perusahaan yang diteliti mempunyai sistem informasi yang bagus, jumlah penjualan besar, kekayaan yang besar, kemampuan karyawan yang baik, struktur kepemilikan lengkap, jenis produk yang banyak, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan CSR yang tinggi, sehingga semakin tinggi aktivitas CSR yang dapat di ungkapkan juga akan berpengaruh pada penambahan keyakinan investor yang pada akhirnya dapat meningkatkan nilai dari suatu badan usaha (Erwanti & Haryanto, 2017).

Penelitian sebelumnya yaitu (Candra & Cipta, 2022) mengemukakan bahwa CSR yang diungkapkan akan mempengaruhi secara positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan di perusahaan sector tambang. Perusahaan harus memiliki perhatian kepada lingkungan social sekitarnya pada pengungkapan CSR dikarenakan makin banyak suatu badan usaha mengungkap kegiatan socialnya yang menyebabkan akan baiknya citra perusahaan dan pada akhirnya akan memiliki dampak terhadap peningkatan nilai perusahaan dan juga hendaknya kegiatan CSR juga disesuaikan pada kondisi lingkungan sekitar.

Sulbari (2021) yang mengemukakan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan CSR memberikan pengaruh baik pada nilai perusahaan sektor perbankan. Dimana beliau memberikan *empirical evidence* yang mendukung teori hasil pada penelitian yang terdahulu. Semakin sering suatu badan usaha melakukan CSR yang diungkapkan, maka nilai dan citra perusahaan akan mengalami kenaikan. Akan tetapi pengungkapan CSR di Indonesia masih kurang, maka alangkah baiknya untuk ditingkatkan kembali dan diperlukan kekonsistenan bagi perusahaan yang sudah mengungkapkan CSR yang dimana akan memiliki kegunaan bagi masyarakat yang lebih baik apabila untuk diberikan penghargaan yang seimbang sehingga dapat memberi contoh bagi badan usaha lain yang belum mengungkapkan CSR dengan baik.

Selanjutnya penelitian-penelitian diatas kembali disokong pada hasil penelitian terdahulu yang mana digarap oleh (Alkhairani et al., 2020), (Sari & Priantinah, 2018), (Effendi, 2020), (Erawati & Cahyaningrum, 2021), (Kesumastuti & Dewi, 2021), (Anwar et al., 2021), (Murnita & Putra, 2018), (Lukman et al., 2021) yang juga mengemukakan jika CSR memiliki hubungan positif dan juga berpengaruh pada nilai perusahaan. Adapun hipotesis didalam penelitian yang dilakukan yaitu:

H1 : CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan

*Capital Structure* adalah pengukuran yang dilaksanakan untuk perbandingan antara *debt* pada modal suatu badan usaha. Adanya peningkatan leverage perusahaan dinilai mampu meringankan biaya dari keagenan karena top level manajemen memiliki kewajiban untuk melunasi pokok hutang dan bunga hutang perusahaan, dengan adanya sumber modal perusahaan yang tinggi dapat membantu meringankan dan mengurangi biaya keagenan. Sehingga suatu entitas pada tingkat *capital structure* yang tinggi yang berasal dan eksternal, mampu memberikan peningkatan pada nilai suatu perusahaan. Hal ini dikarenakan manager perusahaan diberikan kepercayaan maupun tanggung jawab penuh untuk dapat melunasi utang perusahaan di periode yang akan datang. Maka dalam hal *Capital Structure* perlu adanya keseimbangan antara risiko dan pengembalian untuk menghasilkan struktur modal yang optimal. Adanya pendanaan dari eksternal diharapkan dapat mendorong produktivitas kegiatan operasional suatu badan usaha untuk mendapatkan keuntungan perusahaan yang maksimal untuk kepentingan kesejahteraan perusahaan maupun prospek kinerja suatu entitas untuk

masa depan yang pada akhirnya perusahaan dapat mencapai laba yang ditargetkan dan akan memberi sinyal yang baik untuk para *shareholders* maupun pihak eksternal bahwa suatu entitas masih mampu bersaing secara ekonomi untuk dapat melunasi seluruh pinjaman di prospek yang akan mendatang.

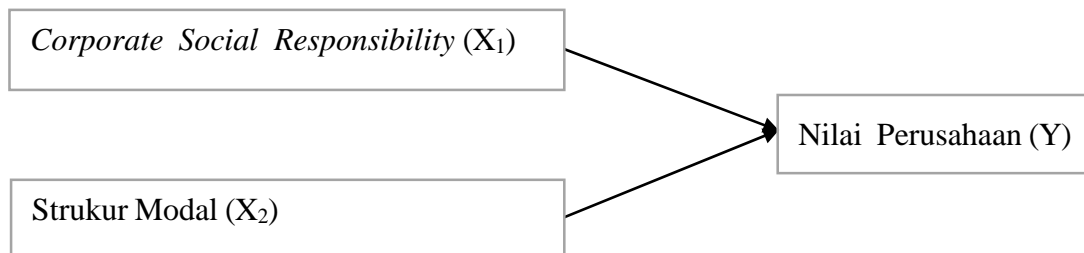
Berlandaskan pada penelitian terdahulunya yaitu (Paramitha, 2020) yang mana memberi penjelasan yaitu struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Positif Arah disini berarti komposisi modal perusahaan yang lebih tepat dan optimal structure (DER), semakin besar nilai perusahaan (PBV) yang dapat dicapai. Pada suatu badan usaha yang *capital structure*nya dibiayai oleh utang bisa membuat entitas bekerja sebanyak-banyaknya agar dapat menutup kontrak utangnya. Hal ini bisa menuntun perusahaan untuk memiliki peningkatan kinerja yang diharapkan. Jadi akan ada sinyal yang diterima oleh pasar, yaitu struktur modal yang memiliki dampak pada kinerja perusahaan.

Selanjutnya penelitian-penelitian diatas kembali disokong pada hasil penelitian terdahulu yang mana digarap oleh (Ananda, 2016), (Ramdhonah et al., 2019) dan (Maulida, 2019), (Misdayana et al., 2019), (Agustin, 2024), (Lukman et al., 2021) dan juga (Nopianti & Suparno, 2020) yang juga mengemukakan jika *capital structure* memiliki hubungan positif dan juga berpengaruh pada nilai perusahaan.

Berdasarkan landasan bukti-bukti empiris yang telah dijelaskan, adapun hipotesis didalam penelitian yang dilakukan yaitu:

H2 : Struktur Modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

### Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## METODE PENELITIAN

### Populasi

Penelitian ini populasinya bukan hanya mencakup jumlah objek yang diteliti, tetapi juga sifat-sifat ataupun karakteristik. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2017 hingga tahun 2021 menjadi populasi penelitian ini.

### Sampel

Penelitian dengan prosedur *purposive sampling*, artinya metode penentuan sampel berdasarkan populasi yang sesuai dengan pertimbangan. Terdapat 178 perusahaan manufaktur apabila sudah tercatat dalam BEI ditahun 2017-2021. Sesudah memenuhi penyortiran berlandaskan tolak ukur yang sudah ditetapkan, peneliti memakai 44 perusahaan manufaktur yang telah tercatat pada BEI ditahun 2017-2021 untuk digunakan menjadi sampel.

### Teknik Pengumpulan Data

Pengambilan dan pengumpulan atas data dilaksanakan berdasarkan laporan keuangan dari perusahaan yang sudah mempublikasikan hasil pelaporan keuangannya pada tahun 2017–2021 yang diambil melalui website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) dan objek penelitian diambil dari situs website S&P.



### Metode Analisis Data

Metode analisis penelitian ini yaitu menggunakan metode analisis kuantitatif dengan memakai alat ukur software statistic yaitu SPSS dan data yang dihasilkan berupa angka.

### Operasional Variabel

#### Nilai Perusahaan

Variabel dependen dalam penelitian menggunakan nilai perusahaan. Menurut (Nurminda et al., 2017), nilai perusahaan dapat dijelaskan dengan harga saham karena dapat memberikan informasi tingkat keberhasilan suatu perusahaan. *Price Book Value* (PBV) dijadikan sebagai indikator pengukuran untuk nilai perusahaan. Penilaian untuk menghargai nilai buku saham perusahaan dijunjukkan oleh penilaian pasar atau disebut juga PBV. Rasio PBV diperhitungkan dari perbandingan harga saham dan nilai buku saham perusahaan itu. Adapun rumus pada *Price Book Value* (PBV) dapat dinyatakan sebagai berikut: (Putra & Suarmanayasa, 2021).

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

### Corporate Social Responsibility

Dalam penelitian ini variable pengungkapan CSR diukur menggunakan checknlist sesuai item yang terdapat di indicator pengungkapan wajib CSR, item tersebut berjumlah 91 item dan item tersebut dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI). Menurut (Sholikha et al., 2019) CSR dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

$$CSR = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

### Struktur Modal

*Debt Equity Ratio* (DER) dijadikan sebagai rasio sktruktur modal, dimana DER merupakan rasio yang menggambarkan struktur modal dengan perbandingan antara hutang (debt) dan ekuitas (equity) yang digunakan oleh perusahaan sebagai sumber pembiayaan. Menurut Brigham and Ehrhardt dalam (Indasari & Yadnyana, 2018) Rumus pada DER dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

### Profitabilitas

Dalam penelitian ini, indikator yang digunakan untuk mengukur variabel profitabilitas dalam penelitian ini adalah dengan return on equity. Nilai ROE yang tinggi akan memberikan sinyal positif bagi para investor bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba dalam kondisi yang menguntungkan. Hal ini menjadi daya tarik bagi investor untuk memiliki saham perusahaan dan akan meningkatkan harga saham sehingga nilai perusahaan pun menjadi meningkat. Menurut (Erawati et al., 2022) rumus pada ROE dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Ekuitas Pemegang Saham}}$$

**Pertumbuhan perusahaan**

yaitu pengukuran yang dilakukan terhadap aset perusahaan setiap periode untuk mengetahui tingkat pertumbuhan perusahaan pada perkembangan ekonomi dan bisnis. *Growth* menunjukkan persentase pada pertumbuhan aset periode tertentu terhadap tahun sebelumnya dimana perubahan aset dapat berupa peningkatan maupun penurunan selama satu periode (satu tahun). Adapun indikator untuk mengukur tingkat pertumbuhan perusahaan Menurut (Krisnando & Novitasari, 2021) dirumuskan dengan:

$$Growth = \frac{\text{Total Aset}_{(t)} - \text{Total Aset}_{(t-1)}}{\text{Total Aset}_{(t-1)}}$$

**Firm size**

Merupakan suatu pengukuran untuk mengklasifikasi ukuran pada besar atau kecilnya suatu entitas yang dapat diukur dengan beberapa indikator antara lain log size, log dari total aktiva, maupun nilai pasar saham (Sari, 2013). Menurut (Suharli, 2006) total suatu perusahaan menggambarkan ukuran perusahaan. Perusahaan menunjukkan nilai asetnya besar maka ukuran suatu perusahaan tersebut besar. Jika ukuran perusahaan besar maka kepercayaan investor akan bertambah besar terhadap tingkat pengembalian investasi yang diberikan oleh perusahaan (Wahyuni, dkk, 2013). Menurut (Mahardika & Setiawan, 2019) ukuran perusahaan dinyatakan dengan rumus berikut:

$$FS = \ln(\text{total asset}).$$

**Tingkat penggunaan utang perusahaan**

Yang dipakai untuk membayar aktiva perusahaan dapat tercermin dengan rasio Leverage. Peneliti memakai *Debt to Asset Ratio* guna melakukan perbandingan antara total hutang perusahaan dengan total aset perusahaan. Rasio ini mampu memberikan gambaran mengenai kesanggupan perusahaan membayar hutang dengan memakai harta perusahaan (Darmawan, 2020). Menurut (Widiyandi & Elfina, 2018), rumus leverage dapat dinyatakan sebagai Berikut:

$$Leverage = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Asset}}$$

**HASIL****ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF**

Analisis statistik deskriptif memberi penggambaran sehubungan karakteristik data dimana dijadikan sebagai objek penelitian dimana bisa ditinjau pada nilai maximum maupun minimum, mean dan standar deviasi pada pervariabel penelitian. Berikut merupakan hasil uji statistic deskriptif yang ditunjukkan pada table dibawah:

**Tabel 1. Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	Descriptivel Statistics				
	NI	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	220	0,36	0,53	0,4440	0,03239
DER	220	0,07	3,75	2,6062	2,66227
ROE	220	-0,37	0,62	0,1364	0,13277
Growth	220	-0,15	1,68	0,2000	0,17368
Size	220	13,12	21,24	16,4299	12,08858
DAR	220	0,06	0,79	0,3963	0,27653
PBV	220	0,00	40,56	2,4713	4,53172
Valid N (listwise)	220				

Hasil pengujian statistic deskriptif menampilkan data sebagai mana yang tertera dalam tabel di atas. Berdasarkan table tersebut, terdapat jumlah data sampel perusahaan manufaktur dimana telah tercatat pada BEI sejumlah 220 data yang mencakup satu variabel dependen dan 2 variabel independen.

Variable dependent dalam penelitian ini ialah nilai perusahaan. Hasil uji statistic deskriptif untuk variabel PBV dapat diketahui bahwasannya nilai terendah (min) adalah 0.00, yang dihasilkan PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk. Nilai tertinggi (max) diperoleh 40.56, ialah PT Indofarma Tbk. Nilai *mean* sejumlah 2.4713, yang mana lebih besar dibandingkan nilai standar deviasi sejumlah 4.53172. Dapat dilihat dari selisih angka antara nilai rata – rata dan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

Variabel independen pertama yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR). Hasil uji statistic deskriptif untuk variable *Corporate Social Responsibility* dapat diketahui bahwa nilai min adalah 0.36, yaitu PT. Voksel Electric Tbk dan PT Sumi Indo Kabel Tbk. Nilai max diperoleh sebesar 0.53 yaitu PT Champion Pacific Indonesia Tbk. Adapun nilai *mean* ialah 0.4440 dan standar deviasi sejumlah 0.03239, dapat dilihat dari selisih angka antara nilai rata – rata dan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

Variabel independen selanjutnya ialah struktur modal dimana diukur menggunakan rasio keuangan DER. Hasil uji statistic deskriptif pada DER dapat dilihat bahwa nilai terendah adalah 0.07, yaitu PT Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk. Nilai maksimum diperoleh sebesar 3.75, yaitu PT Indomobil Sukses Internasional Tbk. Adapun nilai mean 2.6062 dan standar deviasi sebesar 2.66227, dapat dilihat dari selisih angka antara nilai *mean* dibandingkan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

Variabel control pertama ialah profitabilitas yang pengukurannya menggunakan Return on Equity (ROE). Hasil uji statistic deskriptif pada variable ROE dapat mendapatkan hasil nilai minimum adalah -0.37, yaitu PT Sreeya Sewu Indonesia Tbk. Nilai maksimum diperoleh sebesar 3.48 yaitu PT. Taisho Pharmaceutical Indonesia Tbk. Nilai mean 0.1364 dan standar deviasi sebesar 0.13277, dapat dilihat dari selisih angka antara nilai rata – rata dan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

Variabel control kedua yaitu pertumbuhan perusahaan (*growth*). Hasil uji statistik deskriptif untuk variabel *Growth* mendapatkan hasil yaitu nilai min ialah -0.15, yaitu PT Supreme Cable Manufacturing. Nilai tertinggi diperoleh sebesar 1.68, yaitu PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Nilai rata – rata sebesar 0.1000 dibandingkan dengan standar deviasi 0.17368 dimana dilihat dari selisih angka antara nilai rata – rata dan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

Variabel control ketiga adalah ukuran perusahaan (*firm size*). Pasa ukuran perusahaan, hasil uji statistik deskriptif mendapatkan hasil yaitu nilai terendah ialah 13.12, yaitu PT Alkindo Naratama Tbk. Adapun nilai maksimum diperoleh sebesar 21.24, yaitu PT Prima Alloy Steel Universal Tbk. Nilai mean 16.4299 dan standar deviasi sebesar 12.08858. Dapat dilihat dari selisih angka antara nilai mean dibandingkan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

Variabel control keempat ialah leverage yang dikur menggunakan DAR. Hasil uji statistic deskriptif untuk variable *debt to assets ratio* mendapatkan hasil yaitu nilai terendah adalah 0.06, yaitu PT Supreme Cable Manufacturing & Commerce Tbk. Nilai tertinggi diperoleh sebesar 0.79, yaitu PT Indomobil Sukses Internasional Tbk. Nilai mean 0.3963 dan standar deviasi sebesar 0.17653. dapat dilihat dari selisih angka antara nilai mean dibandingkan standar deviasi yang relatif kecil. Artinya data yang digunakan dapat dikategorikan baik, bersifat homogen dan merata.

## Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,689	4,782		1,608	0,109		
CSR	-5,613	9,089	-0,043	-0,618	0,538	0,978	1,023
DER	-0,004	0,012	-0,027	-0,372	0,710	0,950	1,053
ROE	1,495	2,481	0,048	0,602	0,015	0,770	1,299
Growth	-0,034	1,699	-0,001	-0,020	0,984	0,957	1,045
Size	-0,244	0,140	-0,123	-1,745	0,038	0,978	1,023
LEV	2,443	1,836	0,103	1,331	0,018	0,808	1,238

Sumber: data olahan (2022)

Adapun persamaan regresi linear berganda yang disusun mengacu pada diatas ialah:

$$PBV_{it} = \alpha + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 ROE_{it} + \beta_3 DER_{it} + \beta_4 GROWTH_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + e$$

$$PBV_{it} = 7.689 - 5.613CSR + 1.495 ROE_{it} - 0.004DER_{it} - 0.034GROWTH_{it} - 0.244 SIZE_{it} + \beta_2 + 2.443it + e$$

Belandaskan pada hasil persamaan regresi linear diatas, bisa diberi penjelasan seperti dibawah ini:

- Jika semua variabel bebas dan variabel kontrol bernilai 0 (nol), maka nilai variabel terikat adalah 7.689.
- CSR terhadap PBV  
Nilai koefisien CSR adalah -5.613, artinya setiap kenaikan variabel CSR sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap penurunan variabel PBV sebesar 5.613, dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dalam regresi adalah konstan.
- DER terhadap PBV  
Nilai koefisien DER adalah -0.004, artinya setiap kenaikan DER sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap penurunan variabel PBV sebesar 0.004 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain dalam regresi adalah konstan.
- ROE Terhadap PBV  
Nilai koefisien ROE adalah 1.495, yang berarti bahwa setiap peningkatan ROE satu satuan dapat berpengaruh terhadap peningkatannya variabel PBV sejumlah 1.495 apabila dugaan variabel bebas yang lainnya dalam regresi ini ialah konstan.
- Growth terhadap PBV  
Nilai koefisien Growth adalah -0.034, artinya setiap kenaikan Growth sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap penurunan variabel PBV sejumlah 0.034 apabila dugaan variabel bebas lain dalam regresi adalah konstan.
- Firm size terhadap PBV  
Nilai koefisien *size* adalah -0.034, yang berarti tiap kenaikan variable *firm size* sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap turunya variabel PBV sejumlah 0.034 apabila dugaan variabel bebas lain dalam regresi adalah konstan.
- Leverage terhadap PBV  
Nilai koefisien *size* adalah 2.443, yang berarti tiap peningkatan variable *leverage* sebesar satu satuan akan berpengaruh terhadap peningkata variable PBV sejumlah 2.443 apabila dugaan variabel bebas yang lainnya pada regresi adalah konstan.

## Uji Asumsi Klasik

### Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dipergunakan dalam membuktikan bahwa data yang dipergunakan pada penelitian harus didistribusi secara normal (Ghozali, 2020). Hasil pengujian yang datanya terdistribusi normal memiliki Nilai Probabilitas (sig.) melebihi 0,05, sedangkan apabila data yang tidak terdistribusi normal mempunyai Nilai Probabilitas (sig.) kurang dari 0,05. Pengujian normalitas dijelaskan pada table dibawah:

**Tabel 3. Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test			
			Unstandardized Residual
N			209
Normal Parameters <sup>a,b</sup>		Mean	0,0000000
		Std. Deviation	4,108831894
Most	Extreme	Absolute	0,241
Differences		Positive	0,214
		Negative	-0,241
Test Statistic			0,241
Asymp. Sig. (2-tailed)			0,0750 <sup>c</sup>

Sumber: data olahan (2022)

Berlandaskan pada hasil uji normalitas data memakai One-Sample Kolmogorov Smirnov (KS), didapatkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) dari (p-value) sejumlah 0.0750<sup>c</sup> atau lebih tinggi dari 0.05. Adapun berlandaskan pada hasil Uji Normalitas Data dengan menggunakan total sampel sebanyak 220, menunjukkan bahwasannya model regresi yang disajikan terdistribusi dengan normal dan lolos dari uji normalitas data.

### Uji Multikolinieritas

Digunakan dalam pembuktian apakah dalam model regresi didapati terdapat korelasi yang tinggi atau sempurna antar setiap variable independen. Model regresi yang benar sebaiknya tidak terdapat korelasi tiap variabelnya (Ghozali, 2020). Dalam menangkap ada ataupun tidak multikolinieritas pada model regresi bisa diketahui melalui *tolerance value* atau *variance inflation faktor (VIF)*.

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std.	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,689	4,782				
	CSR	-5,613	9,089	-0,043	-0,618	0,538	1,023
	DER	-0,004	0,012	-0,027	-0,372	0,710	1,053
	ROE	1,495	2,481	0,048	0,602	0,015	1,299
	Growth	-0,034	1,699	-0,001	-0,020	0,984	1,045
	Size	-0,244	0,140	-0,123	-1,745	0,038	1,023
	LEV	2,443	1,836	0,103	1.331	0,018	1,238

Sumber: data olahan (2022)

Berdasarkan hasil uji multikolinieritas, diperoleh nilai *Variance Inflation Faktor (VIF)* untuk variable CSR sebesar 1.023, DER sebesar 1.053, ROE sebesar 1.299, Growth sebesar 1.045, Size



sebesar 1.023 dan LEV sebesar 1.238. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa nilai *tolerance* dari masing-masing variabel >0,10 dan nilai VIF <10, artinya hasil uji multikolinearitas baik yang diukur dengan nilai Tolerance maupun VIF, mampu membuktikan bahwa tidak terjadi adanya interkorelasi atau kolinearitas antara variable independen pada model regresi ini.

### Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2020) uji heterokedastisitas dilakukan dengan tujuan membuktikan apa didalam model regresi terdapat pembeda *variance* dari residual satu pengamatan pada pengamatan yang lainnya.

**Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardizedl Coefficients		Standardized ICoefficients	t	ISig.
	B	Std. Errorl	Betal		
(Constantl)	0,757	0,532		1,422	0,157
CRS	0,743	1,207	0,041	0,616	0,539
1 DER	-0,030	0,024	-0,081	-1,226	0,222

a. Dependent Variable: PBV

Sumber: data olahan (2022)

Berdasarkan Tabel 5, dapat kita ketahui nilai *sig* dari variabel (X1) CSR adalah 0,539, variabel (X2) DER sebesar 0,222. Artinya nilai signifikansi dari kedua variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai nilai diatas 0,05. Sehingga, dapat diberi simpulan bahwasannya tidak terdapat masalah heterokedastisitas dalam penelitian ini.

### Uji Autokolerasi

Uji korelasi dipergunakan dalam memahami relasi antara dua variable pada suatu penelitian.

**Tabel 6. Hasil Uji Korelasi**

Control Variables		Correlations				
		ROE	Growth	Size	DAR	
PBV	ROE	Correlation	1,000	0,058	0,027	0,008
		Significance (2-tailed)		0,382	0,688	0,907
		df	0	228	228	228
Growth	Growth	Correlation	0,058	1,000	0,135	-
		Significance (2-tailed)	0,382		0,040	0,100
		df	228	0	228	228
Size	Size	Correlation	0,027	0,135	1,000	-
		Significance (2-tailed)	0,688	0,040		0,000
		df	228	228	0	228
LEV	LEV	Correlation	0,008	-0,109	-	1,000
		Significance (2-tailed)	0,907	0,100	0,000	
		df	228	228	228	0
Control Variables		df	228	228	228	0

Sumber: data olahan (2022)

Selanjutnya hasil uji korelasi akan diinterpretasikan berdasarkan tabel korelasi berikut:

**Tabel 7. Interpretasi Korelasi**

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,00	Sangat Kuat
0,60 – 0,79	Kuat
0,40 – 0,59	Cukup Kuat
0,20 – 0,19	Rendah
0,00 – 0,19	Sangat Rendah

Sumber: Ghozali (2018)

Berdasarkan hasil dari uji korelasi didapatkan nilai korelasi ROE yaitu 0,984 dengan hubungan positif. Nilai korelasi tersebut berada dalam interval 0,80 - 1,00 (**sangat kuat**) dimana nilai koefisien ini memiliki arti memiliki hubungan positif antara variabel ROE dan PBV. Diperoleh nilai korelasi Growth sebesar 0.058 dengan hubungan positif. Nilai korelasi ini berada dalam interval 0,40 - 0,59 (**cukup kuat**). Diperoleh nilai korelasi Size sebesar 0.027 dengan hubungan positif. Nilai korelasi tersebut berada pada interval 0,20 - 0,39 (**rendah**), Diperoleh nilai korelasi LEV sebesar 0.008 dengan hubungan positif. Nilai korelasi tersebut berada pada interval 0,00 - 0,19 (**sangat rendah**). Berdasarkan hasil uji tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwasannya variabel firm size dan LEV memiliki korelasi yang lemah terhadap PBV.

## UJI HIPOTESIS

### Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali, (2018), uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk mengukur seberapa jauh model mampu menjelaskan variasi variabel terikat. Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati satu artinya variabel bebas memberikan hampir semua informasi untuk memprediksi variasi variabel terikat.

**Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Modell Summary <sup>b</sup>						
Modell	RI	R Square <sup>a</sup>	Adjusted R Square	R	IStd. Error of the Estimatel	IDurbin-Watson
1	0,93576 <sup>a</sup>	0,861	0,408		0,61491	0,885

a. Predictors: (Constant), DER, CSR  
b. Dependent Variable: PBV

Sumber: data olahan (2022)

Berdasarkan di atas diperoleh R Square sebesar 0.407. Artinya, variabel-variabel bebas mampu menjelaskan (mempengaruhi) 40.8% terhadap variabel terikat. Sedangkan sisanya 59.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## Uji Simultan (F)

**Tabel 9. Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11,180	6	1,863	4,847	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	61,125	159	0,384		
	Total	72,305	165			

Sumber: data olahan (2022)

Dari tabel diatas diperoleh nilai sig. 0.01811<sup>b</sup> dan  $F_{hitung} = 4.847$ . Karena nilai sig lebih kecil dari 0.05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga secara seluruh variabel bebas dalam penelitian ini secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap PBV.

## Uji Parsial (t)

Tabel 10 Hasil Uji t

Model	Coefficients <sup>a</sup>						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF	
	B	Std.	Beta					
1 (Constant)	7,689	4,782		1,608	0,109			
CSR	-5,613	9,089	-0,043	-0,618	0,538	0,978	1,023	
DER	-0,004	0,012	-0,027	-0,372	0,710	0,950	1,053	
ROE	1,495	2,481	0,048	0,602	0,015	0,770	1,299	
Growth	-0,034	1,699	-0,001	-0,020	0,984	0,957	1,045	
Size	-0,244	0,140	-0,123	-1,745	0,038	0,978	1,023	
LEV	2,443	1,836	0,103	1,331	0,018	0,808	1,238	

Sumber: data olahan (2022)

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah:

1. Apabila signifikansi  $\alpha > 0,05$ , maka secara individual *Corporate Social Responsibility dan Debt on equity ratio* tidak berpengaruh terhadap *price to book value*.
2. Apabila signifikansi  $\alpha < 0,05$  maka terdapat pengaruh secara individual *Corporate Social Responsibility dan Debt on equity ratio* tidak berpengaruh terhadap *price to book value*.

Berdasarkan table diatas, penerimaan dan penolakan hipotesis dapat dikatakan seperti dibawah ini:

1. *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan  
Jika dilihat pada kolom *Coefficients*, nilai sig. 0.538 atau dibawah 0.05 dengan unstandardized coefficient beta -5.613. Maka  $H_a$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Jadi kita bisa tarik kesimpulan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
2. Struktur modal terhadap nilai perusahaan  
Terlihat pada kolom *Coefficients* variabel harga terdapat nilai sig. = 0.710 atau dibawah 0.05 dengan unstandardized coefficient beta -0.004. Maka  $H_a$  diterima dan  $H_1$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap nilai perusahaan

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Anton et al., 2024), (Togarotop & Murtanto, 2024), (Indriyani et al., 2024), (Alfiadin et al., 2024) Dalam penelitian ini *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan artinya perusahaan manufaktur yang dijadikan sampel dalam penelitian ini belum menerapkan *corporate social responsibility* dengan cukup baik. Hal ini tentu mempengaruhi nilai perusahaan Karena perusahaan yang belum menerapkan laporan sosial responsibility dengan baik terutama di perusahaan dengan jenis industri tertentu artinya perusahaan tersebut belum dapat menyesuaikan kondisi perusahaannya dengan situasi dan kondisi lingkungannya. Setiap perusahaan idealnya memiliki *corporate responsibility* atau tanggung jawab sosial kepada masyarakat dan lingkungannya apabila tidak dilakukan perusahaan tentu akan mendapatkan sanksi dari pemerintah. Penerapan corporate sosial responsibility tentu

akan berdampak pada kepercayaan investor untuk melakukan investasi di perusahaan tersebut, Karena perusahaan di pandang belum mampu menerapkan aturan-aturan yang berlaku terkait sosial dan lingkungan di sekitarnya.

Hasil penelitian ini tidak sepemikiran dengan penelitian yang dijalankan oleh (Candra & Cipta, 2022), (Sulbari, 2022), (Alkhairani et al., 2020), (Sari & Priantinah, 2018), (Effendi, 2020), (Erawati & Cahyaningrum, 2021), (Kesumastuti & Dewi, 2021), (Anwar et al., 2021), (Murnita & Putra, 2018) yang mana mengemukakan bahwa pengungkapan CSR memiliki pengaruh yang positif pada nilai perusahaan. Hal yang dapat menjadi pembeda dalam penelitian ini bisa jadi dikarenakan kegiatan CSR dirasa memberikan dampak pada nilai perusahaan oleh penanam modal. Akan tetapi kecondongan para penanam modal di Indonesia apabila hendak membelikan sahamnya, hanya terpaku pada perolehan *capital gain* ataupun memperhatikan kembali apa deviden suatu entitas dialokasikan ataukah tidak yang mana investor kurang memiliki ketertarikan dalam menanamkan modal apabila dividennya tidak dibagi. Namun penanam modal tidak terlalu memperhatikan tentang pengungkapan CSR yang dilaksanakan oleh suatu entitas, yang berarti kurang mencermati kembali tentang upaya-upaya yang lainnya dari badan usaha yang efeknya jangka panjang. Padahal pengaruh daripada CSR tidak seluruhnya bisa terlihat dalam jangka waktu yang pendek, justru CSR adalah strategi perusahaan untuk menjaga keberlangsungan perusahaan untuk jangka panjang. Kebanyakan penanam modal beranggapan bahwasannya suatu CSR yang diungkapkan melalui *annual report* tersebut dapat mengalami peningkatan setiap tahunnya, maka akan banyak para penanam modal yang beropini bawa dana yang dipakai oleh suatu badan usaha tersebut yang digunakan dalam CSR akan memiliki dampak yang merugikan, apalagi jika tidak diikuti dengan peningkatan rasio keuangan.

### **Pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan**

Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan (Ananda, 2016), (Ramdhonah et al., 2019) dan (Maulida, 2019), (Misdayana et al., 2019), (Agustin, 2024), (Rasyid et al., 2022) dan juga (Nopianti & Suparno, 2020) mengemukakan jika *capital structure* memiliki hubungan positif dan juga berpengaruh pada nilai perusahaan. Hasil yang tidak sejalan ini bisa jadi dikarenakan perbedaan sampel perusahaan yang diteliti maupun perbedaan tahun yang diobservasi. Didalam teori agensi, strategi pengawasan eksternal biasanya menggunakan penggunaan utang. Peningkatan utang didalam struktur modal bisa berdampak pada penurunan dari penggunaan saham jadi dapat meminimalkan biaya keagenan equity. Namun suatu entitas mempunyai kewajiban dalam mengembalikan pinjaman dan juga membayar beban bunga secara berkala. Apabila terlalu banyak menggunakan utang juga dapat memberi masalah keagenan antara pemegang saham dengan kreditur sehingga dapat memunculkan biaya keagenan hutang. Biaya keagenan ini tidak akan menjadi penyebab pada perubahan nilai perusahaan.

Kenaikan utang akan memiliki dampak pada peningkatan risiko arus pendapatan suatu entitas yang mana faktor eksternal dapat mempengaruhi. Sedangkan utang dapat menyebabkan beban tetap tanpa memperhatikan besar kecilnya pendapatan. Selain itu, makin banyak tingkat utang, menyebabkan bunga dari hutang juga akan mengalami penignkatan yang lebih banyak daripada penghematan pajak alhasil berdampak kebijakan manajemen untuk mempergunakan utang berpengaruh buruk dan relevan terhadap nilai perusahaan. Kebijakan struktur modal perusahaan dimana penggunaannya lebih banyak memakai utang, maka harga saham akan turun yang mengakibatkan nilai perusahaan ikut turun (Safitri, 2015).

## **KESIMPULAN**

Tujuan dari dilakukannya penelitian ini guna untuk mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan juga *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan. Berlandaskan atas pembahasan & analisis, Adapun kesimpulan yang didapat ialah: pada hipotesis pertama dimana hasil

ini membuktikan bahwasannya perusahaan sector manufactur dimana merupakan sampel pada penelitian ini belum bisa menerapkan *corporate social responsibility* dengan cukup baik. Namun hasil tersebut ternyata tidak mempengaruhi nilai perusahaan, walaupun perusahaan belum menerapkan laporan *sosial responsibility* dengan baik terutama di perusahaan dengan jenis industri tertentu, perusahaan belum dapat menyesuaikan kondisi perusahaannya dengan situasi dan kondisi lingkungannya. Perubahan yang terjadi pada CSR baik naik atau turunnya pengungkapan CSR tidak akan menimbulkan perubahan pada nilai perusahaan. Dan pada hipotesis kedua, DER mencerminkan produktivitas perusahaan, semakin besar angka DER menyebabkan perusahaan tersebut dapat dikatakan mempunyai kinerja buruk. Dikarenakan DER dapat menggambarkan tingkat utang yang lebih tinggi jika dibandingkan dengan jumlah modal yang dimilikinya. Dalam penelitian ini dapat dipahami bahwa kecil ataupun besarnya hutang yang ditanggung perusahaan tidak akan membuat atau menimbulkan perubahan atas nilai perusahaan. Umumnya, *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena informasi tersebut akan digunakan oleh investor untuk menilai kelayakan perusahaan dan risiko yang ditanggung perusahaan dan besarnya dana investor yang digunakan untuk membayar kewajiban.

### Saran Praktis

Berlandaskan pada keterbatasan penelitian ini, adapun berikut adalah beberapa saran praktis yang bisa disampaikan:

1. Peningkatan Kualitas Implementasi CSR: Perusahaan sektor manufaktur perlu meningkatkan kualitas implementasi kegiatan CSR mereka, tidak hanya sebagai upaya formalitas atau pemenuhan regulasi semata, tetapi sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka untuk membangun reputasi positif dan hubungan yang lebih baik dengan stakeholder.
2. Evaluasi Strategi CSR: Perusahaan harus melakukan evaluasi terhadap strategi CSR yang dijalankan untuk memastikan bahwa kegiatan tersebut relevan dan memberikan dampak positif baik bagi lingkungan, masyarakat, maupun perusahaan itu sendiri. Hal ini bisa meliputi pengembangan program CSR yang lebih terfokus dan terukur dampaknya.
3. Optimalisasi Struktur Modal: Meskipun penelitian menunjukkan DER tidak berpengaruh langsung terhadap nilai perusahaan, perusahaan tetap harus mengelola struktur modal mereka secara efisien. Hal ini termasuk mengevaluasi tingkat utang dan ekuitas untuk menemukan struktur modal yang optimal yang mendukung pertumbuhan perusahaan tanpa meningkatkan risiko keuangan secara signifikan.

### Saran Teoritis

Berlandaskan pada keterbatasan penelitian ini, adapun berikut adalah beberapa saran praktis yang bisa disampaikan:

1. Untuk penelitian selanjutnya disarankan bisa menambahkan beberapa variabel yang dapat memengaruhi nilai perusahaan, contohnya adalah risiko keuangan perusahaan.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan memperluas periode penelitian untuk dapat memberikan gambaran pada jangka waktu yang lebih panjang.
3. Untuk penelitian selanjutnya dalam mengukur indikator dari *Corporate Social Responsibility* dapat menggunakan pedoman yang terupdate GRI standard.
4. Pada penelitian berikutnya diharapkan dapat memperluas dan mengeksplorasi berbagai teori ahli serta referensi jurnal terbaru dan jurnal publikasi internasional.



## REFERENCE

- Agustin, D. P. (2024). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Tanggung Jawab Sosial Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industribarang Dikonsumsi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Tahun 2010-2014. *Musytari: Neraca Manajemen, Akuntansi, Dan Ekonomi*, 3(3), 11–20.
- Alfiadin, A., Susilo, D. E., Purnomo, H., Muryani, E., Ardiansyah, T., & Suhartono, E. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan: Studi Empiris pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2018-2022. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(3), 2345–2359.
- Alfiani, Zeni. 2009. “Pengaruh Profitability, Leverage, Market Value dan Firm Size terhadap Abnormal Return Saham”. Skripsi. Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- Alkhairani, Kamaliah, & Rokhmawati, A. (2020). Analisis Pengaruh Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 31(1).
- Ananda, N. A. (2016). PENGARUH GROWTH OPPORTUNITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN MELALUI STRUKTUR MODAL (pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate & Building Construction yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014). *Journal of Management and Business*, 4(2), 15–28.
- Angela, A., Hidayat, V. S., & Eunike, E. (2023). Working Capital Management, Free Cash Flow, Profitability and Firm Value. *Jurnal Proaksi*, 10(2), 172–181. <https://doi.org/10.32534/jpk.v10i2.3980>
- Anton, A., Oktaviana, W., & Hadi, S. (2024). PENGARUH RETURN ON ASSET, DEBT TO ASSET RATIO, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, SALES GROWTH TERHADAP NILAI PERUSAHAAN SUBSEKTOR PROPERTI DAN REAL ESTATE YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2017-2021. *LUCRUM: Jurnal Bisnis Terapan*, 3(4), 458–470.
- Anwar, A., Sumual, C. J., Muliati, M., & Lestari, R. O. (2021). Profitabilitas dan corporate socialresponsibility (csr) terhadap nilai perusahaan. *AKUNTABEL*, 18(1), 82–90.
- Beattie, V., Goodacre, A., & Thomson, S. (2006). Corporate financing decisions: UK survey evidence. *Journal of Business Finance & Accounting*, 33(9–10), 1402–1434.
- Brigham, E. F., & Gapenski, L. C. (1996). *Intermediate Financial Management* (Fifth Edition). The Dryden Press.
- Brounen, D., de Jong, A., & Koedijk, K. (2005). Capital Structure Policies in Europe: Survey Evidence. *Journal of Banking & Finance*, 30(5), 1409–1442. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2005.02.010>
- Candra, A. G., & Cipta, W. (2022). *Pengaruh Profitabilitas dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan*.
- Clarkson, M. B. E. (1995). A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92–117.
- Darmawan., Dr. 2020. *Dasar - Dasar Memahami Rasio Laporan Keuangan*. Yogyakarta: UNY Press.
- Diana, Sari. (2013). *Konsep Dasar Perpajakan*. Bandung : PT.Refika Aditama.
- Effendi, V. N. (2020). Pengaruh CSR disclosure dan GCG terhadap nilai perusahaan dengan kinerja keuangan sebagai variabel intervening di perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia (2012-2014). *Jurnal Akuntansi & Ekonomi*, 12(1).
- Erawati, T., & Cahyaningrum, D. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi. *Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA)*, 2(2).

- Erawati, D., Shenurti, E., & Nur Kholifah, S. (2022). Analisis Return on Asset (ROA) , Return on Equity (ROE) dan Corporate Social Responsibility (CSR) yang mempengaruhi Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 19(01), 01–10. <https://doi.org/10.36406/jam.v19i01.539>
- Erwanti, Y., & Haryanto, H. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dewan Komisaris, Komite Audit dan Kualitas Audit Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(4), 295–308.
- Freeman, R. E. (1984). Divergent stakeholder theory. *Academy of Management Review*, 24(2), 233–236.
- Ghozali, Imam. (2020). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Graham, J. R., & Harvey, C. R. (2001). The theory and practice of corporate finance: Evidence from the field. *Journal of Financial Economics*, 60(2–3), 187–243.
- Hairi, T. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2013-2017. *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 171–186.
- Indasari, A. P., & Yadnyana, I. K. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Likuiditas, Dan Struktur Modal Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(1), 714–746. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/35491>
- Indriyani, R., Kushermanto, A., & Priatingsih, D. (2024). Pengaruh Sales Growth, Kebijakan Dividen, struktur Modal, dan CSR Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Accounting and Management's Student*, 1(1).
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Usia dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. 31(7).
- Krisnando, K., & Novitasari, R. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan Perusahaan, dan Firm Size terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2020. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 18(02), 71–81. <https://doi.org/10.36406/jam.v18i02.436>
- Lukman, L., Widiarto, T., & Astuty, P. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Size dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk periode Tahun 2011-2018. *Sosio E-Kons*, 13(1), 48–58.
- Maulida, M. R. (2019). *PENGARUH STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL INTERVENING: Studi pada perusahaan Properti, Real Estate Dan Konstruksi Periode 2015-2017* [Doctoral dissertation]. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Misdayana, A., Siahaan, Y., Nainggolan, C. D., & Manurung, S. (2019). Dampak Struktur Modal Dan Struktur Aset Terhadap Nilai Perusahaan Pada Pt Merck, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 73–80.
- Murnita, P. E., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan leverage sebagai variabel pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1470–1494.
- Mustabsyirah. (2020). *Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)*.
- Mustakin, Asakdiyah, S., & Hidayat, T. (2021). Capital Structure, Company Size Dan Profitability Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Proaksi*, 8(2), 303–312.

- Nopianti, R., & Suparno. (2020). Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *JAK (Jurnal Akuntansi) Kajian Ilmiah Akuntansi*, 8(1).
- Nurminda, A., Isyuardhana, D., & Nurbaiti, A. (2017). The Influence Of Profitability, Leverage, and Firm Size Toward Firm Value. *E-Proceeding of Management*, 4(1), 542–549.
- Paramitha, I. A. (2020). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN PROFITABILITAS TERHADAP KEBIJAKAN DIVIDEN. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 67–80.
- Putra, I. G. A. A., & Suarmanayasa, I. N. (2021). Peran Moderasi Corporate Social Responsibility pada Pengaruh Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 69–77.
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82.
- Rasyid, C. A. M. P., Indriani, E., & Hudaya, R. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Pertambangan. *Jurnal Aplikasi Akuntansi*, 7(1), 136–156.
- Rika, N., & Islahudin. (2008). “Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating”(Studi Empiris Pada Perusahann Yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi XI Pontianak*.
- Rutin, R., Triyonowati, T., & Djawoto, D. (2019). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan kebijakan dividen sebagai variabel moderating. *JRAP (Jurnal Riset Akuntansi Dan Perpajakan)*, 6(01).
- Safitri, U. K. (2015). Pengaruh Profitabilitas dan Size terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening. *Universitas Muhammadiyah*, 1–20.
- Sari, P. Y., & Priantinah, D. (2018). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2015. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 7(1), 111–125.
- Setiawan, I. G. A. N. A. P., & Mahardika, D. P. K. (2019). ANALISIS PENGARUH MARKET TO BOOK VALUE, FIRM SIZE DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN LINDUNG NILAI (Studi Kasus Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif Dan Komponennya Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2014–2017). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 4(1), 124–140. <https://doi.org/10.23887/jia.v4i1.17055>
- Sholikhah, I., Susbiyani, A., & Kamelia F.A, I. (2019). Pengaruh Coorporate Social Responsibility, Leverage dan Size Terhadap Profitabilitas. *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 272. <https://doi.org/10.23887/ijssb.v3i3.21053>
- Suarmanayasa, I. N., & Ariasih, M. P. (2024). Challenges And Transformation : Analysis Of The Social Impact Of The COVID-19 Pandemic On The Performance Of Village Credit Institutions Tantangan Dan Transformasi : Analisis Dampak Sosial Pandemi COVID-19 Terhadap Kinerja Lembaga Perkreditan Desa. 5(1), 983–988.
- Suharli, M. (2010). STUDI EMPIRIS MENGENAI PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN HARGA SAHAM TERHADAP JUMLAH DIVIDEN TUNAI (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta Periode 2002-2003). *JURNAL MANAJEMEN, AKUNTANSI & SISTEM INFORMASI*; Vol 6, No 2 (2006): *JURNAL MAKSI*. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/maksi/article/view/258>

**Ismatasari, Mukti, & Triwacaningrum**

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

- Togaro-top, M. G. J., & Murtanto, M. (2024). Pengaruh Enterprise Risk Management, Kualitas Audit Eksternal Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal of Creative Student Research*, 2(1), 81–96.
- Widenta, Y. P. (2012). Analisis implementasi corporate social responsibility pt. Indosat Tbk. Tahun 2007-2011 berdasarkan global reporting initiative. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 1(1).
- Widiyanti, M., & Elfina, F. D. (2015). Marlina Widiyanti dan Friska Dwi Elfina. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 117–136. <https://media.neliti.com/media/publications/283938-pengaruh-financial-leverage-terhadap-pro-0fb83fec.pdf>