

## PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Citra Rindi Hidayah Putri<sup>(1)</sup>, Anny Widiasmara<sup>(2)</sup>, Moh. Ubaidillah<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun  
citrarindinew@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas PGRI Madiun  
anny.asmara@unipma.ac.id

<sup>3</sup>Universitas PGRI Madiun  
mohubaidillah03@gmail.com

### Abstract

*The purpose of the study was to determine the effect of disclosure of corporate social responsibility and capital structure on firm value with firm size as a moderating variable. This research was conducted on manufacturing companies that have been listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020. The data used is secondary data in the form of Annual Reports of manufacturing companies for 2016-2020 which are downloaded through [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) and each company's website and data in the form of 2016-2020 sustainability reports. The population of this study is all manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2020 with a total of 196 companies. The sampling technique used purposive sampling method in order to obtain 41 companies. The data analysis technique used moderate regression analysis (MRA). The data is processed using the SPSS Version 16 program. The results of this study are the disclosure of corporate social responsibility has an effect on firm value, capital structure has no effect on firm value, firm size is not able to moderate the effect of corporate social responsibility disclosure on firm value, firm size is unable to moderate the effect capital structure on firm value.*

**Keywords:** *Disclosure of Corporate Social Responsibility, Capital Structure, Firm Value, Company Size.*

### Abstrak

Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Penelitian ini dilakukan yaitu pada perusahaan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020. Data yang digunakan adalah data sekunder berupa *Annual Report* perusahaan manufaktur tahun 2016-2020 yang diunduh melalui [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) dan masing-masing website perusahaan dan data berupa laporan keberlanjutan tahun 2016-2020. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020 dengan jumlah 196 perusahaan. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* sehingga diperoleh 41 perusahaan. Teknik analisis data menggunakan *moderate regression analysis* (MRA). Data diolah menggunakan bantuan program SPSS Versi 16. Hasil penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

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

## PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur belakangan ini di negara Indonesia semakin mengalami perkembangan (Erawati & Cahyaningrum, 2021). Persaingan bisnis yang semakin kuat mendorong perusahaan untuk berlomba guna memaksimalkan persaingan di berbagai bidang, yang bertujuan agar investor tertarik berinvestasi pada perusahaan (R. Sari & Sayadi, 2020). Tingkat persaingan bisnis semakin kuat mengharuskan suatu perusahaan agar dapat memaksimalkan nilai perusahaan (Hidayat, 2019).

Nilai perusahaan yakni pandangan investor pada perusahaan dan berkaitan yaitu dengan harga saham (Dewi & Sanica, 2017). Peningkatan harga saham diikuti semakin naiknya nilai perusahaan. Nilai perusahaan mampu menggambarkan prospek perusahaan dimasa sekarang serta mendatang. Nilai perusahaan bagi perusahaan yakni suatu hal penting ketika mengalami peningkatan, karena apabila nilai dari harga saham mengalami peningkatan, berdampak pada prospek perusahaan dikemudian dan kepercayaan investor pada kinerja perusahaan meningkat. Investor lebih berminat menanamkan saham yang dimilikinya kepada perusahaan yang mempunyai kinerja bagus yaitu dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Kenaikan dan penurunan pada saham perusahaan di pasar modal merupakan suatu fenomena menarik untuk diambil pada penelitian ini.

Perusahaan di pasar modal yang mengalami kenaikan dan penurunan harga sahamnya salah satunya adalah perusahaan manufaktur. Beberapa saham perusahaan manufaktur pada tahun 2019 mengalami penurunan yakni PT Unilever Indonesia Tbk menurun 8,31%, PT Astra Internasional Tbk terkoreksi 15,81%, PT Gudang Garam Tbk menurun 36,50% dan PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk menurun 43,40% (Winarto, 2019). Pada fenomena lain menunjukkan bahwa beberapa saham perusahaan manufaktur yaitu saham produsen makanan dan minuman mencatatkan pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2020 saham PT Mayora Indah Tbk mencatatkan return positif sebesar 15.61% (Mahadi, 2020).

Berdasarkan fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa beberapa saham perusahaan manufaktur yaitu PT Unilever Indonesia Tbk, PT Astra Internasional Tbk, PT Gudang Garam Tbk serta PT Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk telah terjadi penurunan. Disimpulkan yaitu nilai perusahaan akan tercermin pada daya penawaran pada saham, jika perusahaan diprediksi memiliki peluang bagus maka nilai sahamnya akan mengalami peningkatan (Fista & Widyawati, 2017). Nilai perusahaan mempengaruhi respon investor ketika mengambil keputusan untuk berinvestasi karena dengan meningkatnya nilai perusahaan akan membuat calon investor merespon cepat dalam memutuskan untuk berinvestasi pada perusahaan. Keberadaan nilai perusahaan dipicu oleh banyak faktor yang mempengaruhinya.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan variabel yang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Kesumastuti & Dewi, 2021). *Corporate Social Responsibility* adalah upaya mewujudkan perusahaan dengan tatanan kelola baik dan juga keberlangsungan hidup suatu perusahaan dengan pelaksanaan bisnis sehat yaitu memperlihatkan tanggungjawabannya serta keterbukaan (Nurfauziah & Utami, 2021). Kewajiban suatu perusahaan dalam melaksanakan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sudah terdapat pada Undang-Undang Republik Indonesia No 40 Tahun 2007 (Jovita & Lisandri, 2020). Adapun manfaat yang menjadi harapan perusahaan dengan melaksanakan *Corporate Social Responsibility* yaitu terhindar dari citra negatif dimana hanya memprioritaskan keuntungan dari pada mepedulikan dampak dari kegiatan operasional perusahaan terhadap lingkungan sekitarnya. Perusahaan yang semakin sering melakukan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dampaknya adalah citra serta nilai perusahaan mampu mengalami kenaikan dan menyebabkan semakin banyaknya investor yang akan memberikan sahamnya kepada perusahaan.

Selain pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, struktur modal juga dapat berpengaruh pada nilai perusahaan (Mudjijah et al., 2019). Perusahaan mendapatkan dana berasal dari 2 sumber yaitu dana dari dalam serta dari luar. Kombinasi antara sumber dana tersebut diartikan sebagai struktur modal. Berdasarkan penjelasan diatas struktur modal yaitu gabungan modal suatu perusahaan yang bersumber dari hutang serta ekuitas, yakni dipergunakan suatu perusahaan sebagai pendanaan pada aktivitas operasionalnya (Wassie, 2020). Pengertian struktur modal dari peneliti ahli diatas dapat disimpulkan bahwa struktur modal sangatlah penting dalam suatu perusahaan. Struktur modal memberikan manfaat besar pada perusahaan yaitu sebagai sumber pendanaan aktivitasnya dengan tujuan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk menjaga kestabilan keuangannya, sehingga bisa menarik investor agar memberikan dananya kepada perusahaan maka hal ini mampu meningkatkan nilai perusahaan.

Faktor lain selanjutnya adalah ukuran perusahaan yaitu sebagai variabel moderasi. Alasan ukuran perusahaan digunakan yaitu sebagai moderasi adalah guna membuktikan akankah ukuran perusahaannya mampu memperkuat atau memperlemah pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan adalah cerminan dari total aset suatu perusahaan (Irawan & Kusuma, 2019). Ukuran perusahaan yang ukurannya semakin besar dapat menggambarkan keadaan dari suatu perusahaan, dimana adanya pertumbuhan dan perkembangan yang bagus sehingga nilai perusahaan mampu mengalami peningkatan. Nilai perusahaan yang

mengalami peningkatan ditandai dari adanya kenaikan dari total aset perusahaan dan total aset tersebut apabila dibandingkan dengan total hutang dari perusahaan tersebut lebih besar (Irawan & Kusuma, 2019).

Penelitian terdahulu hasilnya yaitu *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan (Rahmantari, 2021). *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif pada nilai perusahaan (Erawati & Cahyaningrum, 2021). Pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan (Kesumastuti & Dewi, 2021). Hasil berbeda menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan (Desiyanti et al., 2020). CSR tidak berpengaruh pada nilai perusahaan (Sunandes, 2020). Struktur modal berpengaruh negatif dan signifikan pada nilai perusahaan (B. A. Santoso & Budiarti, 2020). Struktur modal berpengaruh pada nilai perusahaan (Hermawan, 2018). Struktur modal berpengaruh pada nilai perusahaan (D. P. Sari et al., 2021). Hasil berbeda diperoleh yaitu struktur modal tidak berpengaruh pada nilai perusahaan (Oktrima, 2017) dan (Pratami & Jamil, 2021). Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengungkapan CSR pada nilai perusahaan (Wedayanti & Wirajaya, 2018) dan (Taufiq, 2019). Hasil berbeda diperoleh yaitu ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan (Ayem & Nikmah, 2019). Ukuran perusahaan mampu memoderasi struktur modal pada nilai perusahaan (A. Santoso & Susilowati, 2020) Hasil berbeda diperoleh yaitu ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan struktur modal pada nilai perusahaan (Astari et al., 2019).

Berdasarkan fenomena dan ketidakkonsistenan yang ada dalam beberapa penelitian terdahulu, menjadikan variabel pengungkapan CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi adalah bahan menarik untuk penelitian. Penelitian mengacu pada (Wedayanti & Wirajaya, 2018), fokus penelitian yakni pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Perbedaannya yakni : Pertama, menambahkan struktur modal sebagai variabel  $X_2$ . Kedua, peneliti terdahulu menggunakan perusahaan pertambangan yang sudah tercatat pada BEI, penelitian ini yakni dengan perusahaan manufaktur serta sudah tercatat pada BEI. Alasan menggunakan perusahaan manufaktur yaitu sesuai dengan saran dari penelitian yang telah dilaksanakan oleh (Wedayanti & Wirajaya, 2018). Perbedaan ketiga adalah rentang waktu dalam penelitian. Penelitian ini rentang waktunya adalah tahun 2016-2020, sedangkan pada penelitian sebelumnya rentang waktunya adalah tahun 2014-2016. Perbedaan keempat adalah pada pengukuran pengungkapan CSR, pada penelitian sebelumnya yaitu pengungkapan CSR dihitung menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* yaitu pada GRI G4, sedangkan peneliti selanjutnya

menggunakan GRI Standar terbaru dengan jumlah total item indikator berjumlah 154.

Berdasarkan adanya perbedaan tersebut penelitian selanjutnya melaksanakan suatu penelitian kembali yang berjudul “**Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi**”. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi.

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA**

### **Teori Stakeholder**

Awal ditahun 1970 tanggung jawab sosial perusahaan sudah diketahui secara umum yakni dengan *stakeholder theory* (Harun et al., 2020). Teori stakeholder mengasumsikan yaitu tanggung jawab suatu perusahaan itu tidak kepada pemegang saham saja namun kepada masyarakat yang mempunyai pengaruh pada perusahaan. Stakeholder bagi perusahaan merupakan hal yang penting dan memiliki pengaruh pada keberlangsungan kegiatan perusahaan karena ketika menjalankan aktivitas usahanya, secara tidak langsung perusahaan akan berkorelasi dengan stakeholder yang tidak sedikit berdasarkan luas cakupan dari aktivitas perusahaan. Supaya aktivitas usaha yang dijalankan tetap berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan, maka sangat dibutuhkan suatu hubungan baik dan komunikasi yang bagus antara perusahaan dengan stakeholder. Salah satu tujuan dan prospek stakeholder ketika perusahaan memperoleh keuntungan yang besar dari aktivitas usahanya yaitu perusahaan diharapkan mampu berkontribusi baik dalam kegiatan sosial dan mengungkapkannya pada laporan tahunan yang diterbitkan perusahaan secara terbuka (Jovita & Lisandri, 2020).

### **Teori Sinyal**

Teori Sinyal yakni dorongan suatu perusahaan dalam menyampaikan suatu informasi yaitu laporan keuangan perusahaan kepada pihak diluar perusahaan seperti masyarakat, debitur, investor dan pihak yang berkepentingan (Wijaya & Pancawati, 2019). Teori sinyal yaitu sebuah informasi tentang suatu tindakan apa yang telah dikerjakan manajemen suatu perusahaan dalam mewujudkan keinginan para pemegang saham. Nilai perusahaan bisa ditingkatkan melalui pengurangan adanya asimetri perusahaan, yaitu dengan memberikan sebuah sinyal informasi baik terkait dengan perusahaan yang berbentuk informasi keuangan dan non keuangan pada pihak luar perusahaan. Teori sinyal menjelaskan bagaimana langkah yang dapat diambil suatu perusahaan ketika memberikan suatu sinyal

informasi kepada penanam modal yang akan melakukan sebuah investasi kepada perusahaan. Apabila informasi yang disampaikan dapat memberikan suatu sinyal baik untuk investor, dapat menyebabkan adanya perubahan pada kapasitas harga saham yaitu terjadinya kenaikan pada harga saham perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan menjadi sinyal positif dan apabila nilai perusahaan mengalami penurunan akan menyebabkan adanya sinyal negatif pada perusahaan. Hal ini muncul karena disebabkan dari adanya motivasi investor dalam kegiatan penanaman modal pada perusahaan yang mempunyai tujuan yaitu untuk mendapatkan laba, sehingga ketika suatu perusahaan bernilai buruk membuat para investor menghindar dari perusahaan tersebut untuk tidak melakukan investasi (Elisa & Amanah, 2021).

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan akan terjadi ketika adanya kegiatan tawar menawar harga saham. Ketika suatu perusahaan diprediksi mempunyai prospek baik dikemudian mendatang, maka nilai sahamnya dapat mengalami peningkatan. Harapan yang inginkan perusahaan yakni naiknya nilai perusahaan dan kemudian nantinya diikuti dengan meningkatnya minat para investor dalam melakukan keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan. Investor mempunyai persepsi bahwa nilai perusahaan yaitu sebagai alat ukur yang dimanfaatkan untuk mengetahui tingkat keberhasilan suatu perusahaan. Naiknya nilai perusahaan bagi perusahaan yaitu penting, semakin meningkatnya nilai perusahaan diikuti dengan adanya peningkatan kemakmuran pada pemegang saham. Meningkatnya nilai saham diikuti tingginya nilai perusahaan. Semakin tinggi dari nilai perusahaan pasar mempunyai kepercayaan terhadap kinerja serta pada prospek suatu perusahaan pada masanya yang akan datang (Nugroho et al., 2019).

### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility***

*Corporate Social Responsibility* yaitu komitmen perusahaan agar dapat menaikkan ekonomi masyarakat sekitar dengan melakukan tanggung jawab sosial yang mengedepankan keseimbangan pada aspek berbagai aspek yaitu sosial, ekonomi dan lingkungan (Pohan et al., 2018). *Corporate Social Responsibility* mempunyai dampak baik pada perusahaan (Yang et al., 2017). *Corporate Social Responsibility* mampu memaksimalkan para pemangku kepentingan perusahaan (Seok et al., 2020). Masyarakat mempunyai pandangan lebih baik terhadap perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan memiliki keyakinan kuat bahwa mereka tidak akan memutus kontrak implisit disaat lemah secara finansial (Bae et al., 2018).

*Global Reporting Initiative Standard* (GRI Standar) adalah pengembangan pedoman pengungkapan CSR terdahulu yaitu GRI G4, G3, dan G3.1. Pada aspek pelaporan kegiatan *Corporate Social Responsibility*, *Global Reporting Initiative*

(GRI) digunakan sebagai acuan sebagian besar perusahaan yang ada di Indonesia ketika melakukan pelaporan kegiatan tanggung jawab sosialnya (Widiatmi, 2019). Pedoman yang dapat digunakan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial pada saat ini telah mengeluarkan standar terbaru yang disebut sebagai *Global Reporting Initiative Standard*. Standar ini telah diperkenalkan yaitu menjelang kuartal keempat pada tahun 2016 kemudian diluncurkan di Indonesia yaitu pada tahun 2017. *Global Reporting Initiative Standard* (GRI Standar) mulai berlaku untuk laporan ataupun materi lain yang dipublikasikan setelah tanggal 1 Juli 2018.

### **Struktur Modal**

Pendanaan perusahaan yaitu berasal dari internal perusahaan meliputi modal sendiri dan dari external perusahaan meliputi hutang. Perbandingan antara sumber dana dari internal dan eksternal perusahaan dalam mendanai aktivitas operasional suatu perusahaan disebut sebagai struktur modal (Mudjijah et al., 2019). Perbandingan antara modal sendiri dan hutang akan mempunyai pengaruh pada tingkat risiko dan tingkat pengembalian yang diinginkan perusahaan. Risiko dan tingkat pengembalian harus dilibatkan pada penentuan pengambilan struktur modal perusahaan karena dari adanya kenaikan pada jumlah hutang, maka risiko dan tingkat pengembalian perusahaan semakin besar (Mudjijah et al., 2019). Pertimbangan dalam memilih struktur modal menunjukkan keputusan keuangan dari suatu perusahaan yang penting karena menunjukkan total besarnya uang dan mempunyai pengaruh berkelanjutan pada perusahaan (Wassie, 2020). Perusahaan dalam mengambil keputusan pendanaan harus berhati-hati karena dapat mempengaruhi kinerja perusahaan yang akan berakibat pada pencapaian dari tujuan suatu perusahaan (Sunandes, 2020).

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan yakni diketahui dari total asset dan total penjualan guna mengetahui besar dan kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan yaitu jumlah total asset dari suatu perusahaan (Anggraini, 2019). Ukuran perusahaan dari jumlah total aset perusahaan dimanfaatkan sebagai aktivitas operasional. Perusahaan dengan total aset tinggi mampu beroperasi dengan tingkat efisien lebih maksimal, sedangkan perusahaan dengan total aset rendah tidak mampu beroperasi dengan tingkat efisien secara maksimal (Kalalo et al., 2020). Perusahaan besar memiliki risiko lebih sedikit daripada perusahaan kecil. Pada perusahaan besar mempunyai pengawasan lebih pada kondisi pasar, sehingga mempunyai kemampuan dalam persaingan ekonomi. Diakibatkan karena perusahaan besar mempunyai keadaan yang stabil. Keadaan stabil ini mampu menarik para investor agar memiliki saham suatu perusahaan (D. P. Sari et al., 2021).

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

*Corporate Social Responsibility* menjadi wujud tanggungjawab suatu perusahaan guna memperbaiki adanya permasalahan sosial atas terjadinya kerusakan pada lingkungan sekitar diakibatkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* semakin banyak diungkapkan perusahaan manufaktur, mampu berpengaruh dengan semakin meningkatnya nilai perusahaan. Nilai positif akan diberikan pasar kepada perusahaan dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility* dan dapat diketahui dari meningkatnya pada harga saham suatu perusahaan tersebut. Investor mempunyai pandangan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* digunakan sebagai pedoman dalam menilai kemampuan keberlanjutan perusahaan (Kesumastuti & Dewi, 2021). Kinerja lingkungan dan sosialnya yang dimiliki perusahaan baik investor dapat merespon positif yaitu melalui peningkatan pada harga saham (Kesumastuti & Dewi, 2021).

Penelitian ini hasilnya yaitu sejalan dan didukung penelitian (Kesumastuti & Dewi, 2021) yang mengatakan yakni pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif pada nilai perusahaan. Dari penjelasan diatas serta hasil pada penelitian terdahulu sehingga hipotesis penelitian ini disimpulkan yaitu :

$H_1$  : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

## **Pengaruh Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan**

Struktur modal bagi perusahaan adalah suatu indikator yang penting ketika menentukan suatu sumber pendanaan yang akan dipergunakan perusahaan dalam kegiatan operasionalnya (A. Santoso & Susilowati, 2020). Struktur modal yaitu komposisi dari sumber pendanaan suatu perusahaan dari ekuitas serta hutang. Rasio tersebut digunakan untuk melihat besarnya jumlah dana berasal dari kreditur kemudian dibandingkan dengan dana dari pemilik suatu perusahaan. Ketika nilai dari struktur modal tinggi dapat diartikan yaitu perusahaan sudah mempergunakan dana yang berasal dari eksternal lebih banyak apabila dibandingkan dengan dana internal untuk aktivitas operasioalnya. Perusahaan akan dapat dengan mudah menjalankan aktivitas operasionalnya ketika mempunyai kemampuan dalam memanfaatkan hutang. Perusahaan yang telah menggunakan hutang dalam aktivitas operasionalnya, perusahaan dianggap telah mempunyai kemampuan untuk membayar hutang. Pandangan investor kepada perusahaan akan bertambah baik serta diikuti dengan meningkatnya nilai perusahaan (Mudjijah et al., 2019).

Hasil yang diperoleh yakni sejalan dan didukung dengan penelitian (Hermawan, 2018) dan (D. P. Sari et al., 2021) mengemukakan yaitu struktur modal berpengaruh pada nilai perusahaan. Dari penjelasan diatas serta hasil yang diperoleh pada penelitian terdahulu sehingga hipotesis dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut ini :

H<sub>2</sub> : Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan mampu memoderasi dengan memperkuat antara pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan (Wedayanti & Wirajaya, 2018). Diartikan bahwa ukuran perusahaan yang semakin besar, membuat lebih leluasa perusahaan dalam menjalankan kegiatan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* lebih luas, dampaknya yaitu stakeholder memandang perusahaan sebagai perusahaan yang mempunyai kinerja baik dan telah melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya sehingga citra dari perusahaan baik dan nilai perusahaan ikut meningkat. Perusahaan yang ukurannya besar serta kegiatan CSR-nya semakin luas dapat memberikan sinyal yang positif pada calon investor supaya tidak mempunyai keraguan ketika akan memberikan modal yang dimilikinya kepada perusahaan.

Hasil yang diperoleh yakni sejalan dan didukung penelitian (Wedayanti & Wirajaya, 2018) dan (Taufiq, 2019). Mengemukakan bahwa firm size mampu memoderasi hubungan antara pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Dari penjelasan diatas dan hasil yang diperoleh pada penelitian terdahulu sehingga hipotesis dapat disimpulkan yaitu sebagai berikut ini :

H<sub>3</sub>: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

### **Ukuran Perusahaan memoderasi hubungan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan**

Ukuran perusahaan yaitu besar serta kecil perusahaan dan diketahui dari jumlah total asetnya. Maka ukuran perusahaan menjadi suatu hal yang investor perhatikan. Perusahaan yang ukurannya besar dalam pengelolaan dana mempunyai manajemen baik. Perusahaan yang ukurannya semakin besar, investor mempunyai kepercayaan lebih besar kepada perusahaan. Karena, ukuran perusahaan yang semakin besar investor mempunyai anggapan yaitu perusahaan memiliki kemampuan dalam mengatur dengan struktur modal (A. Santoso & Susilowati, 2020).

Ukuran perusahaan yang semakin besar akan memberikan kemudahan pada suatu perusahaan dalam memperoleh dana guna mengembangkan perusahaan dalam bentuk hutang yang jumlahnya besar, dapat diartikan bahwa

ukuran perusahaan besar atau kecil mempunyai pengaruh pada struktur modal. Semakin besarnya ukuran perusahaan mampu membuat investor agar berinvestasi pada perusahaan dengan ini akan mampu memaksimalkan nilai perusahaan, dikarenakan semakin besarnya ukuran perusahaan mempunyai kepercayaan lebih besar apabila dibandingkan pada perusahaan yang kecil dalam memperoleh sumber dana dari pihak luar (A. Santoso & Susilowati, 2020).

Penelitian ini diperoleh hasil yakni sejalan dan didukung oleh penelitian (A. Santoso & Susilowati, 2020). Hasil pada penelitian terdahulu menunjukkan yaitu ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara struktur modal pada nilai perusahaan. Dari penjelasan diatas dan hasil penelitian terdahulu hipotesis dapat disimpulkan sebagai berikut :

H<sub>4</sub>: Ukuran perusahaan mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini yaitu data sekunder berupa *annual report* perusahaan yang telah tercatat pada BEI serta *sustainability report* (laporan keberlanjutan) tahun 2016-2020 yaitu pada website perusahaan manufaktur serta [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*.

Variabel independen dipenelitian ini yakni pengungkapan *corporate social responsibility* dan struktur modal. Variabel dependen dipenelitian ini yakni nilai perusahaan yang menggunakan Tobin's Q. Variabel moderasi dipenelitian ini yakni ukuran perusahaan yang menggunakan  $size = \ln(\text{Total Aset})$ .

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa berupa *annual report* perusahaan yang telah tercatat pada BEI serta *sustainability report* (laporan keberlanjutan) tahun 2016-2020 yaitu pada website perusahaan manufaktur serta [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Penentuan sampel pada penelitian ini adalah dengan *purposive sampling*. Sampel penelitian berdasarkan kriteria yang ditentukan sebagai berikut

**Tabel 1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian**

Kriteria	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang telah terdaftar pada BEI periode 2016-2020	196
Perusahaan yang tidak menerbitkan annual report periode 2016-2020 secara berturut-turut	(71)
Perusahaan yang tidak menyajikan laporan keuangan dalam satuan rupiah	(24)
Perusahaan yang tidak mengungkapkan CSR	(0)
Perusahaan yang tidak mendapatkan laba secara berturut-turut tahun 2016-2020	(39)
Perusahaan yang mempunyai data annual report tidak lengkap	(21)
Total sampel	41
Jumlah data observasi (41 x 5)	205

*Sumber : Data Diolah*

Berdasarkan tabel 1 diatas dapat disimpulkan bahwa populasi dalam penelitian ini adalah 196 perusahaan. Sampel yang diambil berjumlah 41 perusahaan, hal ini sesuai dengan kriteria dalam pengambilan sampel. Berdasarkan kriteria yang ditetapkan sebelumnya maka diperoleh jumlah sampel sebesar 41 perusahaan.

## 1. Statistik Deskriptif

**Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimal	Maximal	Mean	Std. Deviation
Pengungkapan CSR	205	.0714	.8571	.197719	.1356118
Struktur Modal	205	.0833	17.7227	1.078728	1.5440807
Nilai Perusahaan	205	.3041	23.2858	2.984403	3.9986192
Ukuran Perusahaan	205	25.6405	33.4945	29.164777	1.6809583
Valid N (listwise)	205				

*Sumber : Data diolah, 2022*

Berdasarkan tabel diatas, diketahui jumlah setiap variabel adalah 205

- a. Variabel pengungkapan CSR menunjukkan nilai minimal 0,0714, nilai maximal 0,8571, nilai mean 0,197719, dan nilai standar deviasi 0,1356118.

- b. Variabel struktur modal menunjukkan nilai minimal 0,0833, nilai maximal 17,7227, nilai mean 1,078728, dan nilai standar deviasi 1,5440807.
- c. Variabel nilai perusahaan menunjukkan nilai minimal 0,3041, nilai maximal 23,2858, nilai mean 2,984403, dan nilai standar deviasi 3,9986192.
- d. Variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai minimal 25,6405, nilai maximal 33,4945, nilai mean 29,164777, dan nilai standar deviasi 1,6809583.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Sebelum Outlier**

		Unstandardized Residual
N		205
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.73412162
Most Extreme Differences	Absolute	.247
	Positive	.247
	Negative	-.137
Kolmogorov-Smirnov Z		3.542
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan  $0,000 < 0,05$ , artinya data penelitian belum terdistribusi normal.

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas Setelah Outlier**

		Unstandardized Residual
N		121
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	-.8372374
	Std. Deviation	1.19390498
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.072
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.797
Asymp. Sig. (2-tailed)		.548

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan  $0,548 > 0,05$ , artinya data penelitian terdistribusi normal.

## b. Uji Autokorelasi

**Tabel 5 Hasil Uji Autokorelasi**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.02478
Cases < Test Value	60
Cases >= Test Value	60
Total Cases	120
Number of Runs	62
Z	.183
Asymp. Sig. (2-tailed)	.855

Sumber : data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) menunjukkan  $0,855 > 0,05$ , artinya tidak terjadinya autokorelasi.

## c. Uji Multikolinearitas

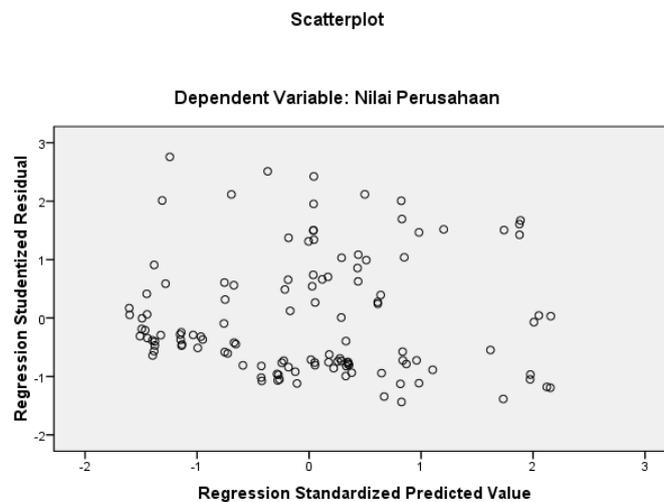
**Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistic	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Pengungkapan CSR	.833	1.200
	Struktur Modal	.922	1.085
	Ukuran Perusahaan	.774	1.293

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, setiap variabel independen menunjukkan nilai Tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$ , artinya penelitian ini tidak terdeteksi multikolinearitas.

## d. Uji Heterosketastisitas



Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan gambar diatas, titik-titik pada diagram scatterplot menyebar kemudian tidak terbentuk adanya suatu pola dan untuk penyebaran titik-titiknya tersebar pada bagian atas serta bagian bawah angka 0 di sumbu Y, diartikan bahwa tidak terjadinya heteroskedastisitas.

## 3. Analisis Regresi Linear Berganda

### a. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

**Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	.318	.351	
	Pengungkapan CSR	9.119	2.260	.349
	Struktur Modal	-.074	.193	-.033

Sumber : Data diolah , 2022

Berdasarkan tabel diatas, menghasilkan persamaan model regresi penelitian, sebagai berikut:  $NP = 0,318 + 9,119 \text{ PCSR} - 0,074 \text{ SM} + \varepsilon$

**b. Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

**Tabel 8 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

**Persamaan I**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-5.957	1.621		-3.674	.000
	Pengungkapan CSR	5.397	2.331	.207	2.316	.022
	Struktur Modal	-.277	.189	-.124	-1.467	.145
	Ukuran Perusahaan	.242	.061	.366	3.954	.000

Sumber : Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi MRA sebagai berikut:  $NP = -5,957 + 5,397 \text{ PCSR} - 0,277 \text{ SM} + 0,242 \text{ UP} + \varepsilon$

**Tabel 9 Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)**

**Persamaan II**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-15.754	7.098		-2.220	.028
	Pengungkapan CSR	40.457	43.618	1.548	.928	.356
	Struktur Modal	6.799	4.261	3.051	1.596	.113
	Ukuran Perusahaan	.579	.245	.877	2.367	.020
	PCSR*UP	-1.167	1.477	-1.448	-.790	.431
	SM*UP	-.248	.149	-3.261	-1.666	.099

Sumber: Data diolah, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diperoleh persamaan regresi MRA sebagai berikut:  $NP = -15,754 + 40,457 \text{ PCSR} + 6,799 \text{ SM} + 0,579 \text{ UP} - 1,167 \text{ PCSR*UP} - 0,248 \text{ SM*UP} + \varepsilon$

## 4. Pengujian Hipotesis

Tabel 10 Hasil Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.907	.366
	Pengungkapan CSR	4.034	.000
	Struktur Modal	-.384	.702

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel diatas menunjukkan hasil :

1. Menunjukkan hasil yakni variabel pengungkapan CSR  $t_{hitung}$  nya 4,034 >  $t_{tabel}$  1,980, nilai signifikansinya yaitu 0,000 < 0,05. Diartikan yakni variabel pengungkapan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka **H<sub>1</sub> diterima**.
2. Menunjukkan hasil yakni variabel struktur modal  $t_{hitung}$  -0,384 <  $t_{tabel}$  1,980, nilai signifikansinya sebesar 0,702 > 0,05. Menunjukkan yakni variabel struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, maka **H<sub>2</sub> ditolak**.

Tabel 11 Hasil Uji t MRA

Model		t	Sig.
1	(Constant)	-2.220	.028
	Pengungkapan CSR	.928	.356
	Struktur Modal	1.596	.113
	Ukuran Perusahaan	2.367	.020
	PCSR*UP	-.790	.431
	SM*UP	-1.666	.099

Sumber : Data diolah, 2022

Tabel tersebut memperlihatkan hasil :

1. Hasil diperoleh untuk uji moderasi perkalian pengungkapan CSR\*ukuran perusahaan  $t_{hitung}$  -0,790 lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  1,980 serta nilai signifikansinya 0,431 > 0,05, dapat disimpulkan bahwa **H<sub>3</sub> ditolak**.
2. Hasil diperoleh untuk uji moderasi perkalian struktur modal\*ukuran perusahaan  $t_{hitung}$  -1,666 yaitu lebih kecil dari pada  $t_{tabel}$  1,980 dan nilai signifikansinya 0,099 > 0,05, maka disimpulkan yakni **H<sub>4</sub> ditolak**.

**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )****Tabel 12 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.348 <sup>a</sup>	.121	.106	1.0084635

Sumber: Data diolah, 2022

Tabel tersebut didapatkan hasil *Adjusted R Square* yaitu 0,106, presentase pada variabel pengungkapan CSR dan struktur modal yang mempengaruhi nilai perusahaan berarti 34,8%. Presentase sisanya adalah 65,2% pada variabel nilai perusahaan yang dipengaruhi variabel lain yaitu variabel yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Hasil dipengujian hipotesis pada penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur periode 2016-2020, disimpulkan yaitu, pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.

Saran dalam penelitian ini yaitu, untuk peneliti selanjutnya diharapkan mampu melaksanakan suatu penelitian yang menggunakan sampel lebih banyak karena sampelnya hanya perusahaan manufaktur yang telah terdaftar pada BEI dengan periode pengamatannya hanya lima periode yakni 2016-2020 serta hanya menggunakan dua variabel bebas yakni pengungkapan *corporate social responsibility* dan struktur modal.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggraini, A. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Growth Opportunity Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Statistika Industri Dan Komputasi*, 4(1), 15–30. <https://doi.org/10.34151/Statistika.V4i01.1047>
- Astari, Y., Rinofah, R., & Mujino. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Moderasi. *Jurnal Ilmial MEA*, 3(3), 191–201. <https://doi.org/10.31955/Mea.Vol4.Iss1.Pp191-201>

- Ayem, S., & Nikmah, J. (2019). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan LQ45 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Pajak Dewantara*, 1(2), 138–149. <https://doi.org/10.24964/Japd.V1i1.874>
- Bae, K. H., El Ghouli, S., Guedhami, O., Kwok, C. C. Y., & Zheng, Y. (2018). *Does Corporate Social Responsibility Reduce The Costs Of High Leverage? Evidence From Capital Structure And Product Market Interactions*. *Journal Of Banking And Finance*, 1–61. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.11.007>
- Desiyanti, E., Kalbuana, N., Fauziah, S., & Sutadipraja, M. W. (2020). Pengaruh Pengungkapan CSR, Persistensi Laba Dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Jakarta Islamic Index Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019. *Jurnal Mala'bi*, 3(1), 1–5. <https://doi.org/10.47824/Jme.V3i1.66>
- Dewi, K. R. C., & Sanica, I. G. (2017). Pengaruh Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 2(1).
- Elisa, S. N., & Amanah, L. (2021). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan Dan Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(7), 1–20. <http://www.yinglisolar.com/us/about/sustainability/>
- 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), 151–169. <https://doi.org/10.28932/Jafta.V2i2.3296>
- Fista, B. F., & Widyawati, D. (2017). Pengaruh Kebijakan Dividen, Pertumbuhan Penjualan, Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(5), 2051–2070. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jira/article/view/1188>
- Harun, M. S., Hussainey, K., Kharuddin, K. A. M., & Farooque, O. Al. (2020). *CSR Disclosure, Corporate Governance And Firm Value: A Study On GCC Islamic Banks*. *International Journal Of Accounting And Information*

*Management*. <https://doi.org/10.1108/IJAIM-08-2019-0103>

Hermawan, A. D. (2018). Pengaruh Kebijakan Deviden, Growth Opportunity Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi*, 10(2), 131–142. <https://doi.org/10.30998/Sosioekons.V10i2.2690>

Hidayat, W. W. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, *Return On Equity* Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 21(1), 67–75. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29264/Jfor.V21i1.5223>

Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal AKTUAL*, 17(1), 66–81. <https://doi.org/10.47232/Aktual.V17i1.34>

Jovita, S., & Lisandri. (2020). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Sub Sektor Pertambangan Batu Bara Di Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 21(2), 117–129.

Kalalo, M. C. Y., Saerang, I., & Maramis, J. B. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan Plastik Dan Kemasan Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2017. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(4), 467–474.

Kesumastuti, M. A. R. M., & Dewi, A. A. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Usia Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 31(7), 1854. <https://doi.org/10.24843/Eja.2021.V31.I07.P19>

Mahadi, T. (2020). *Emiten Makanan-Minuman Dinilai Aman Dari Sentimen Resesi Dan PSBB*. Kontan.Co.Id. <https://investasi.kontan.co.id/news/emiten-makanan-minuman-dinilai-aman-dari-sentimen-resesi-dan-psbb>

Mudjijah, S., Khalid, Z., & Astuti, D. A. S. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Yang Dimoderasi Variabel Ukuran Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8(1), 41–56. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36080/Jak.V8i1.839>

Nugroho, P. S., Sumiyanti, T., & Astuti, R. P. (2019). Pengaruh Struktur Modal (Der), Profitabilitas (Roa) Dan Ukuran Perusahaan (Size) Terhadap Nilai

- Perusahaan Dengan Variabel Moderasi Kepemilikan Manajerial. *JAB*, 05(02), 61–77.
- Nurfauziah, F. L., & Utami, C. K. (2021). Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Tata Kelola Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Industri Sub Sektor Tekstil Dan Garmen. *Jurnal Akuntansi*, 15(1), 42–70. <https://doi.org/10.25170/Jak.V15i1.1619>
- Oktrima, B. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: PT. Mayora Indah, Tbk. Tahun 2011 – 2015). *Jurnal Sekuritas*, 1(1), 98–107.
- Pohan, H. T., Noor, I. N., & Bhakti, Y. F. (2018). Pengaruh Profitabilitas Dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 41–52. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.25105/Jat.V5i1.4850>
- Pratami, Y., & Jamil, P. C. (2021). Pengaruh *Sustainability Reporting*, Profitabilitas, Struktur Modal Dan Insentif Manajer Terhadap Nilai Perusahaan. *Journal Of Economic, Bussines And Accounting (COSTING)*, 4(2), 434–444. <https://doi.org/10.31539/Costing.V4i2.1989>
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Ganec Swara*, 15(1), 813.
- Santoso, A., & Susilowati, T. (2020). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Adbis: Jurnal Administrasi Dan Bisnis*, 13(2), 156. <https://doi.org/10.33795/J-Adbis.V13i2.74>
- Santoso, B. A., & Budiarti, A. (2020). Profitabilitas Sebagai Mediasi Pertumbuhan Penjualan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 3(2), 45–57. <https://doi.org/https://doi.org/10.36778/Jesya.V3i2.158>
- Sari, D. P., Putri, W. A., Neldi, M., & Candra, Y. (2021). Pengaruh *Intellectual Capital*, Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 23(2), 235–244.
- Sari, R., & Sayadi, M. H. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Moderasi Komite Audit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global*

- Masa Kini, 11(02), 115–119.  
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.36982/jiegmk.v11i2.1193>
- Seok, J., Lee, Y., & Kim, B. Do. (2020). *Impact Of CSR News Reports On Firm Value*. *Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics*, 32(3), 644–663.  
<https://doi.org/10.1108/APJML-06-2019-0352>
- Sunandes, A. (2020). *Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Moderasi Pada Indeks Sri Kehati BEI*. *Jurnal Ilmu-Ilmu Ekonomi*, 13(1), 90–105.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.35457/Xxx>
- Taufiq, M. (2019). *Corporate Social Responsibility Dalam Value Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating*. *ASSETS : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 3(1), 57–66.  
<https://doi.org/10.30741/Assets.V3i1.368>
- Wassie, F. A. (2020). *Impacts Of Capital Structure: Profitability Of Construction Companies In Ethiopia*. *Journal Of Financial Management Of Property And Construction*, 25(3), 371–386. <https://doi.org/10.1108/JFMPC-08-2019-0072>
- Wedayanti, L. P., & Wirajaya, I. G. A. (2018). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 24(3), 2304–2332. <https://doi.org/10.24843/Eja.2018.V24.I03.P25>
- Widiatmi, S. W. A. (2019). Interaksi Manajemen Laba Dalam Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Kinerja Keuangan Sektor Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Akurasi : Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 2(2), 139–153. <https://doi.org/10.29303/Akurasi.V2i2.21>
- Wijaya, A. L., & Pancawati, E. L. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Pada Perusahaan *Food And Beverage* Tahun 2013-2017). *INVENTORY : Jurnal Akuntansi*, 3(2), 131–140.
- Winarto, Y. (2019). *Ini Penyebab Anjloknya Kinerja Indeks Sektor Manufaktur Sejak Awal Tahun*. [Kontan.Co.Id. https://investasi.kontan.co.id/news/ini-penyebab-anjloknya-kinerja-indeks-sektor-manufaktur-sejak-awal-tahun](https://investasi.kontan.co.id/news/ini-penyebab-anjloknya-kinerja-indeks-sektor-manufaktur-sejak-awal-tahun)
- Yang, S., He, F., Zhu, Q., & Li, S. (2017). *How Does Corporate Social Responsibility Change Capital Structure?* *Asia-Pacific Journal Of*

*Accounting*                      *And*                      *Economics,*                      1–36.  
<https://doi.org/10.1080/16081625.2017.1354710>