

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

Nike Noviasari<sup>1)</sup>, Nik Amah<sup>2)</sup>

<sup>1</sup>Universitas PGRI Madiun

Nikenovia18@gmail.com

<sup>2</sup>Universitas PGRI Madiun

Nikamah201815@gmail.com

### *Abstract*

The company's value reflects the current state of the company and can describe the company's prospects in the future, so that the company's value is considered capable of influencing investors' assessment of the company. This study aims to examine the effect of capital structure, company size and corporate social responsibility on company value in food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2022. The sampling technique used was purposive sampling and the data analysis method used in this study was multiple linear regression. The research results show that the capital structure has no effect on firm value. Firm size has a negative effect on firm value. Corporate social responsibility has a positive effect on company value. This research is able to describe the condition of the company that can affect investors' views of a company.

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

### **Abstrak**

Nilai perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan saat ini serta dapat menggambarkan prospek perusahaan dimasa mendatang, sehingga nilai perusahaan dianggap mampu mempengaruhi penilaian para investor terhadap perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh struktur modal, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2022. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling* dan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mampu menggambarkan kondisi perusahaan yang dapat mempengaruhi pandangan investor terhadap suatu perusahaan.

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

## **PENDAHULUAN**

Perusahaan adalah tempat di mana kegiatan produksi berlangsung dan di mana semua faktor yang menghasilkan barang dan jasa dikumpulkan. Tujuan suatu usaha tentunya untuk mencapai kemakmuran dan keuntungan yang sebesar-besarnya. Perkembangan bisnis saat ini tidak terlepas dari adanya pesaing. Oleh karena itu, suatu perusahaan akan meningkatkan kinerja usahanya untuk mencapai tujuan yang diharapkan. Tujuan peningkatan kinerja perusahaan adalah untuk memaksimalkan kekayaan pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang telah mencapai status terbuka dituntut untuk terus

meningkatkan kekayaan pemilik atau pemegang sahamnya dengan cara meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan, semakin kecil risiko investor saat berinvestasi. Kegiatan investasi memerlukan nilai perusahaan untuk melihat potensi yang dimiliki perusahaan tersebut untuk hasil investasi yang optimal.

Nilai perusahaan mencerminkan tingkat keberhasilan perusahaan, sehingga ketika harga saham tinggi maka dapat dipastikan nilai perusahaan akan tinggi. Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham, semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi return yang diperoleh investor dan semakin tinggi pula nilai perusahaan (Noviani et al., 2019). Nilai perusahaan dapat dijamin untuk pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis secara berkelanjutan jika bisnis dapat mempertimbangkan aspek dampak terhadap masyarakat, ekonomi dan lingkungan secara seimbang, karena dengan kemampuan ini kepentingan masyarakat, ekonomi dan lingkungan dapat menciptakan hubungan yang baik dan saling menguntungkan (Meilinda Murnita & Dwiana Putra, 2018). Tingginya nilai perusahaan dapat meningkatkan kekayaan pemegang saham, sehingga pemegang saham menanamkan modalnya pada perusahaan.

Perusahaan besar seringkali memiliki banyak risiko yang memerlukan perhatian, sehingga perusahaan besar memiliki banyak strategi untuk mengelola risiko tersebut. Keunggulan perusahaan besar menarik investor untuk berinvestasi karena dipandang sebagai peluang yang baik dalam perusahaan. Ramdhonah et al., (2019) semakin besar perusahaan maka semakin mudah perusahaan mengakses sumber keuangan internal dan eksternal. Posisi keuangan perusahaan tidak cukup untuk memastikan pertumbuhan nilai perusahaan yang berkelanjutan. Kesenambungan usaha terjamin ketika perusahaan memperhatikan aspek sosial dan lingkungan, membuat perusahaan bertanggung jawab kepada para pemangku kepentingan atas operasinya. Tingkat keuangan suatu perusahaan dapat dikatakan efisien apabila memiliki struktur modal yang optimal. Hutang yang berlebihan tentunya membawa tingkat resiko yang sangat tinggi dan dapat mempengaruhi hasil perusahaan sehingga kepercayaan investor terhadap suatu perusahaan.

Nilai investasi industri makanan dan minuman diprediksi akan mengalami kenaikan sekitar 20 persen tahun ini, seiring permintaan yang meningkat setelah meredanya pandemi Covid-19. Kenaikan 20 persen itu terdiri dari penanaman modal dalam negeri (PMDN) dan penanaman modal asing (PMA). Optimismenya ini didorong oleh peningkatan nilai investasi pada 2022 lalu. Nilai investasi PMDN industri mamin meningkat 107 persen mencapai Rp54,9 triliun dari Rp26,5 triliun pada 2021. Industri makanan dan minuman bisa menggaet banyak investor tahun ini. Lalu untuk PMA, pada 2022 lalu, meningkat 3,75 persen dari US\$2,3 miliar menjadi US\$2,4 miliar. Industri ini akan mengalami pertumbuhan 5 persen

pada 2023. Tingginya permintaan di industri ini, menjadi faktor yang dapat membuat investor semakin membuka mata untuk menanamkan modal di sektor ini.

Riset ini memberikan hasil yang berbeda-beda. Hasil penelitian Setiawan et al., (2021) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Burhanudin & Cipta, (2021) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Yuliyanti, (2019) menemukan bahwa *CSR* berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini penting untuk dilakukan karena saat ini banyak perusahaan *food and beverage* yang telah *go public*. Hal ini dibuktikan dengan adanya gebrakan yang dilakukan oleh PT Maxindo Karya Anugerah (Perseroan) dengan mengumumkan rencana Penawaran Umum Saham Perdana. IPO memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk meningkatkan modal tambahan yang diperlukan untuk mendukung ekspansi perusahaan, meningkatkan kapasitas produksi, memperluas jaringan distribusi dan pengembangan produk baru. Pada saat yang sama, IPO menawarkan kesempatan kepada investor publik untuk berinvestasi di perusahaan dengan pertumbuhan yang stabil dan prospek yang baik. Keterbaruan dalam penelitian ini adalah penambahan variabel dependen yaitu *Corporate Social Responsibility* serta objek penelitian yang dilakukan pada perusahaan *food and beverage* dan periode penelitian yang berbeda.

## **KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA**

### **Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan didefinisikan sebagai nilai pasar karena nilai perusahaan dapat membawa kemakmuran yang sebesar-besarnya bagi para pemegang saham ketika harga saham perusahaan meningkat. Puspaningrum, (2017) Nilai perusahaan adalah pendapat investor tentang keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber dayanya. Peningkatan nilai perusahaan merupakan prestasi yang diharapkan oleh para pengusaha, peningkatan nilai perusahaan dapat meningkatkan minat investor untuk berinvestasi di perusahaan tersebut (Nurhayati & Kartika, 2020). Meningkatkan nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang perusahaan yang tercermin dari harga sahamnya, karena persepsi investor terhadap perusahaan tercermin dari evolusi harga saham (Hapsari, 2018).

### **Struktur Modal**

Struktur modal adalah keseimbangan antara penggunaan pinjaman jangka panjang dan penggunaan modal sendiri, yaitu jumlah modal sendiri dan jumlah hutang jangka panjang akan digunakan secara optimal (Amro & Asyik, 2021). Memenuhi kebutuhan keuangan perusahaan dari ekuitas, laba ditahan dan cadangan. Jika pembiayaan sendiri perusahaan selalu defisit, maka perlu diperhatikan pembiayaan eksternal perusahaan yaitu hutang (*debt*

*financing*). Namun, untuk memenuhi kebutuhan keuangan, perusahaan harus mencari alternatif keuangan yang efektif. Kinerja keuangan akan terjadi jika perusahaan memiliki struktur modal yang optimal (Setiawan et al., 2021)

### **Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan yang dapat dilihat dari jumlah aset atau jumlah ekuitas yang dimiliki perusahaan atau mencerminkan total aset merupakan tujuan dari ukuran Perusahaan (Amro & Asyik, 2021). Besar kecilnya perusahaan juga akan mempengaruhi kemudahan perusahaan dalam memperoleh modal dari pasar modal dan akan mempengaruhi kekuatan perusahaan dalam melakukan proses negosiasi kontrak keuangan antar perusahaan. (Putu et al., 2019)

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

(Endiana, 2019) CSR yaitu suatu bentuk kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan perekonomiannya serta kualitas hidup karyawan dan keluarganya, serta kualitas hidup masyarakat sekitar. Karena jika bisnis tidak akuntabel kepada semua *stakeholder*, termasuk pelanggan, karyawan, komunitas, lingkungan global atau lokal, bisnis pada akhirnya akan salah menilai dan tidak mendapat dukungan masyarakat (Hapsari, 2018). Selain itu, pelaksanaan kegiatan CSR akan meyakinkan investor bahwa bisnis akan dapat menjamin kelangsungan bisnis di masa depan, yang juga akan meningkatkan nilai bisnis (Meilinda Murnita & Dwiana Putra, 2018)

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Analisis kuantitatif ini bertujuan untuk membuktikan adanya pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa *annual report* Perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Sampel pada penelitian ini diperoleh dengan menggunakan purposive sampling yang berarti terdapat beberapa faktor dan kriteria dalam pemilihan sampel, seperti:

1. Seluruh perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di BEI periode tahun 2018-2022.
2. Perusahaan *food and beverage* yang menerbitkan *annual report* selama 5 tahun berturut-turut secara lengkap dari tahun 2018 - 2022.
3. Perusahaan *food and beverage* yang menyediakan data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini periode tahun 2018-2022.

### **Tabel 1 Hasil Pemilihan Sampel**

No	Kriteria	2018	2019	2020	2021	2022
1	Seluruh perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di BEI periode tahun 2018-2022.	30	30	30	30	30
2	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menerbitkan <i>annual report</i> .	(10)	(1)	(3)	(1)	(11)
3	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menyediakan data lengkap yang dibutuhkan dalam penelitian ini.	(0)	(0)	(0)	(0)	(0)
		20	29	27	29	19
4	Data Sampel	124				
5	Data Outliers	25				
Jumlah Data Siap Olah		99				

Sumber : Data diolah dengan *purposive sampling*

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan data sekunder berupa *annual report* perusahaan *food and beverage* yang tercatat di BEI periode 2018-2022 dengan objek berjumlah 30 perusahaan. Pengambilan sampel diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* didasarkan 3 kriteria. Berdasarkan data yang diperoleh dari BEI melalui situsnya [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id), diketahui bahwa populasi penelitian yang diperoleh ada 30 perusahaan selama tahun 2018 – 2022, dan perusahaan yang layak untuk dijadikan sampel penelitian berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan sebanyak 124 sampel. Namun, pada saat pengolahan data ini tidak normal dan harus di outliers sehingga data yang digunakan menjadi normal sebanyak 99 sampel.

### Statistik Deskriptif

**Tabel 2 Hasil Uji Statistik Deskriptif**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
STRUKTUR MODAL	99	0,07	2,42	0,9003	0,64471
UKURAN PERUSAHAAN	99	27,34	36,53	30,9621	2,78223
CSR	99	0,01	0,23	0,0914	0,06061
NILAI PERUSAHAAN	99	0,07	3,20	1,1472	0,85812
Valid N (listwise)	99				

Hasil uji statistik deskriptif menjelaskan bahwa variabel independen dan variabel dependen menunjukkan bahwa penyebaran data merata karena nilai standar deviasi lebih kecil dari nilai mean.

### Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar 0.05. Pengujian normalitas menggunakan SPSS dapat diperoleh dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov* sebagai berikut:

**Tabel 3 Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	0,60052986
Most Extreme Differences	Absolute	0,125
	Positive	0,125
	Negative	-0,081
Kolmogorov-Smirnov Z		1,241
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,092

Sumber: data olah, 2023

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai statistik uji *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,092. Nilai ini berada di atas nilai signifikan 0,05, maka dapat disimpulkan residual berdistribusi normal.

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dilakukan untuk membuktikan seberapa besar sebuah model dalam menunjukkan variasi variabel dependen. Hasil dari uji Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) ditunjukkan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,714 <sup>a</sup>	0,510	0,495	0,60994

Sumber: data olah, 2023

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai sebesar 0,495 atau 49,5% . Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel struktur modal, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan sebesar 0,495 atau 49,5% dan 50,5% sisanya oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

## Uji Simultan (Uji F)

Uji f digunakan untuk melihat variabel struktur modal, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* secara bersama-sama (simultan) terhadap nilai perusahaan. Hasil uji f dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5 Hasil Uji F**

Model	F	Sig.
Regression	32,992	0,000 <sup>b</sup>
1 Residual		
Total		

Sumber: data olah, 2023

Berdasarkan tabel 4 hasil uji F dapat diketahui nilai F hitung sebesar 32,992 dengan nilai signifikasi sebesar 0,000. Nilai signifikasi dari F hitung didapat 0,000 < 0,05 sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan.

## Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.



Tabel 6 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	t	Sig.
(Constant)	10,354	0,000
1 STRUKTUR MODAL	0,384	0,702
UKURAN PERUSAHAAN	-9,365	0,000
CSR	3,133	0,002

Sumber: data olah, 2023

Berdasarkan tabel 5 hasil olahan dari model SPSS, maka dapat disimpulkan:

- Pada tabel 4.12 hasil uji nilai  $t_{hitung}$  struktur modal adalah 0,384 dengan tingkat signifikan 0,702 maka variabel struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai  $t_{hitung}$  (0,384) <  $t_{tabel}$  (1,98525) dan nilai signifikan (0,702) > 0,05. **H<sub>1</sub> ditolak**. Artinya variabel struktur modal tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Pada tabel 4.12 hasil uji nilai  $t_{hitung}$  ukuran perusahaan adalah -9,365 dengan tingkat signifikan 0,000 maka variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai  $t_{hitung}$  (-9,365) <  $t_{tabel}$  (1,97993) dan nilai signifikan (0,000) < 0,05. H<sub>2</sub> diterima. Artinya variabel ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
- Pada tabel 4.12 hasil uji nilai  $t_{hitung}$  corporate social responsibility adalah 3,133 dengan tingkat signifikan 0,002 maka variabel corporate social responsibility berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan nilai  $t_{hitung}$  (3,133) >  $t_{tabel}$  (1,97993) dan nilai signifikan (0,002) < 0,05. H<sub>3</sub> diterima. Artinya variabel corporate social responsibility berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.
- d.

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Saran bagi peneliti selanjutnya dapat menambah sampel yang lebih banyak lagi maupun dapat menambah jumlah variabel penelitian yang digunakan. Sehingga dapat memberikan hasil yang menggambarkan keadaan pasar yang lebih lengkap dan menyeluruh selain itu juga mendapatkan hasil yang lebih bervariasi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Amro, Z. N. A., & Asyik, N. F. (2021). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan.
- Burhanudin, M., & Cipta, W. (2021). Pengaruh Struktur Modal dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Besar Barang Produksi Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016 - 2018. *Jurnal Akuntansi Profesi*, 12(1), 193. <https://doi.org/10.23887/jap.v12i1.31856>
- Endiana, I. D. M. (2019). Impelentasi *Corporate Governance* Pada *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi*, 9(1).
- Hapsari, A. A. (2018). Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 1(1), 211–222.
- Meilinda Murnita, P. E., & Dwiana Putra, I. M. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 1470–1494. <https://doi.org/10.24843/eja.2018.v23.i02.p25>
- Noviani, A. V., Dorkas, A., Atahau, R., & Robiyanto, R. (2019). Struktur modal, profitabilitas, dan nilai perusahaan: Efek moderasi Good Corporate Governance. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 22(2), 391–415.
- Nurhayati, I., & Kartika, A. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai VARIabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 9(nilai perusahaan), 135–135.
- Puspaningrum, Y. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.
- Putu, I., Sintyana, H., Gede, L., & Artini, S. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Struktur Modal, Ukuran Perusahaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Manajemen*, 8(2), 7717–7745. <https://doi.org/10.24843/Ejmunud.2019.v8.i2.p7>
- Ramdhonah, Z., Solikin, I., & Sari, M. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 7(1), 67–82.

Setiawan, M. R., Susanti, N., & Nugraha, N. M. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Perputaran Modal Kerja, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Riset Dan Akuntansi*. <https://doi.org/10.33395/owner.xxx.xxx>

Yuliyanti, L. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan.