

PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DI PERUSAHAAN MANUFAKTUR PERIODE 2018-2022

Adelia Ana Bella¹, Indriana Damaianti²

^{1,2}Universitas Insan Cendekia Mandiri, Jl. Pasir Kaliki No.199, Bandung 40162, Indonesia

Korespondensi:
indrianadamaianti05@gmail.com

ABSTRACT: *With the development of the business world, more and more companies are emerging, resulting in very tight business competition which causes company owners to have to do ways to achieve their goals. One way to improve a company is through company value. This study aims to determine the effect of Corporate Social Responsibility (CSR) and capital structure in maximizing company value. The object of this study is a manufacturing company in the food and beverage sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) in 2018-2022. This test uses a quantitative method and data analysis used is multiple linear regression analysis with the SPSS application tool. This study shows that Corporate Social Responsibility (CSR) and capital structure do not have a significant effect on company value.*

Keywords: *Company value, Corporate Social Responsibility (CSR), capital structure.*

ABSTRAK: *Persaingan bisnis yang sangat ketat yang menyebabkan pemilik perusahaan harus melakukan cara untuk mencapai tujuan. Salah satu cara untuk meningkatkan perusahaan yaitu dengan nilai perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan struktur modal dalam memaksimalkan nilai perusahaan. Objek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2018-2022. Pengujian ini menggunakan metode kuantitatif dan analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linear berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) dan struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.*

Kata Kunci: *Nilai perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR), struktur modal*

PENDAHULUAN

Persaingan bisnis yang sangat ketat saat ini sehingga mendorong pemilik melakukan berbagai cara agar tujuan tetap tercapai, demi mencapai tujuannya maka perusahaan perlu memperhatikan berbagai aspek salah satunya yaitu nilai perusahaan yang dimana ini mempengaruhi persepsi *financial specialist* terhadap perusahaan. Pentingnya nilai perusahaan membuat *financial specialist* dan kreditur semakin selektif untuk berinvestasi. Nilai perusahaan ini akan memberikan tanda positif dimana

speculator untuk menanamkan modular, sedangkan dari pihak kreditur tidak akan merasa khawatir saat memberikan pinjaman kepada perusahaan tersebut (Tumangkeng dkk., 2018). Nilai perusahaan mencerminkan *pandangan financial specialist* mengenai seberapa sukses suatu perusahaan, seringkali dikaitkan dengan harga saham, sehingga jika harga saham tinggi maka kemungkinan besar nilai perusahaan tersebut akan tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi akan memberikan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini tetapi juga terhadap prospeknya di masa depan (Irawan & Kusuma, 2019).

Salah satu sub sektor perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu sub sector makanan dan minuman yang merupakan sector unggulan karena kontribusinya besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, didukung dengan kekayaan sumber daya alamnya dan permintaan domestik yang kuat. Namun, setiap tahun kondisinya tidak stabil sehingga perusahaan berlomba untuk memaksimalkan keuntungan dengan memikat pelanggan agar bisa mendorong pertumbuhan ekonomi. Beberapa perusahaan subsektor makanan dan minuman mengalami penurunan laba yang disebabkan perusahaan tidak mampu mempertahankan performa keuangannya (Nusron dkk., 2023).

Nilai perusahaan dapat dipengaruhi salah satunya dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), hal ini merupakan bagian penting bagi perusahaan karena CSR adalah bentuk tanggung jawab meningkatkan citra perusahaan, kegiatan CSR juga dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan karena dapat menarik konsumen. Suatu perusahaan dapat dikatakan bertanggung jawab secara social, apabila memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya merealisasikan *advantage*, tetapi dapat meningkatkan kesejahteraan lingkungan sosialnya. Tanggung jawab social perusahaan merupakan program yang memberikan nilai tambah bagi semua *accomplice*, termasuk nilai tambah perusahaan secara jangka panjang (Karina & Setiadi, 2020). Sabina Rini dan Mimba (2019) menambahkan nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh struktur modular yaitu sebagai perbandingan antara jumlah hutang jangka panjang dengan modular sendiri. Perusahaan yang memilih hutang sebagai sumber dana eksternalnya mengetahui betul sisi positif dan negatif dari keputusan tersebut. Sisi positif yang dirasakan perusahaan adalah pada sisi pajaknya dimana bunga hutang merupakan pengurangan pada pajak. Sisi negatif yang dirasakan adalah saat menculnya biaya keagenan serta biaya kepailitan.

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang sudah dipaparkan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yaitu dengan judul **“Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Di Perusahaan Manufaktur Periode 2018-2022”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal merupakan teori yang menyatakan dorongan yang dimiliki oleh manajer perusahaan yang mempunyai informasi terkait dengan perusahaan, sehingga para manajer ini terdorong untuk dapat menyampaikan informasi tentang perusahaan tersebut kepada setiap calon *speculator*, dengan tujuan perusahaan tersebut dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui sinyal dalam pelaporan tahunan perusahaan (Sutan Indomo, 2019). Adapun Qotimah dan Kalangi (2023) menambahkan teori sinyal menyatakan bahwa informasi dari suatu perusahaan dapat direspon berbeda oleh *speculator* bisa berupa positif ataupun negatif dan akan mempengaruhi fluktuasi harga saham. Jika sinyal manajemen mengindikasikan *great news*, maka dapat meningkatkan harga saham. Sebaliknya, jika sinyal manajemen mengindikasikan *awful news* tandanya mengakibatkan harga saham perusahaan mengalami penurunan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan peranan penting perusahaan, karena dapat mengupayakan kinerja serta menumbuhkan keyakinan terhadap pengguna informasi yang berkepentingan. Perusahaan yang baik itu terlihat dari *esteem brand* itu sendiri, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi akan menimbulkan hasil kemakmuran yang tinggi bagi para pemegang sahamnya (Karina & Setiadi, 2020). Adapun indikator untuk pengukuran nilai perusahaan yaitu *Earning Per Share* (EPS), *Tobin's Q* dan *Price to Book Value* (PBV).

Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan bagian penting bagi perusahaan karena CSR ini bentuk tanggung jawab meningkatkan citra perusahaan, kegiatan CSR juga dapat digunakan sebagai salah satu keunggulan kompetitif perusahaan yang dapat meningkatkan penjualan karena dapat menarik *devour*. Lalu, suatu perusahaan itu dapat dikatakan bertanggung jawab apabila memiliki visi atas kinerja operasional yang tidak hanya menghasilkan *benefit* saja, namun dapat meningkatkan kesejahteraan lingkungan sosialnya. Hal ini merupakan nilai tambah bagi semua termasuk perusahaan dengan jangka panjang (Karina & Setiadi, 2020).

Struktur Modal

Struktur modal atau bisa disebut juga dengan modular adalah kumpulan dana yang digunakan untuk kepentingan perusahaan, dana ini digunakan untuk modular dan hutang jangka panjang atau secara umumnya bisa diartikan kumpulan dana hutang, saham, dan modular sendiri yang digunakan untuk pemenuhan kebutuhan perusahaan (Tumangkeng dkk., 2018). Selanjutnya Lau (2022) menambahkan dari setiap perusahaan pasti memerlukan modular, baik yang berasal dari pemilik ataupun pemegang saham dan setiap perusahaan juga pasti mempunyai risiko yang dihadapinya. Hal ini perlu diperhatikan oleh manajer karena akan berpengaruh terhadap struktur modular. Jika perusahaan dengan risiko bisnis akan meningkat dengan hutang yang tinggi, maka akan menyebabkan kebangkrutan. Jadi sepatutnya perusahaan yang mempunyai risiko tinggi harus mengurangi pendanaannya dengan hutang untuk mencegah terjadinya kebangkrutan.

METODOLOGI

Populasi dalam penelitian ini yaitu untuk subsektor makanan dan minuman pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022. Untuk sampel yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada kriteria yang sudah ditentukan. Hasilnya jumlah yang diperoleh untuk penelitian ini adalah sebanyak 17 perusahaan dengan 85 sampel penelitian. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data berupa metode dokumentasi dan analisis yang digunakan peneliti yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Linier Berganda

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
1 (Constant)	2.084	.513	
CSR	-.737	1.026	-.079
Struktur Modal	-.375	.406	-.102

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS 25

$$Y = 2.084 + (-0.737)X_1 + (-0.375)X_2$$

Dari hasil persamaan regresi linier berganda tersebut masing-masing variabel dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

- A. Nilai koefisien konstanta sebesar 2,084 nilai konstanta ini menunjukkan, apabila variabel independen CSR dan struktur modal bernilai 0 artinya variabel dependen nilai perusahaan bernilai 2,084.

- B. Nilai koefisien CSR sebesar -0,737 dijelaskan, jika CSR mengalami penurunan 1 satuan artinya nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,737. Sedangkan sisanya akan dipengaruhi oleh variabel lain.
- C. Nilai koefisien struktur modal sebesar -0,375 dapat diartikan, jika struktur modal mengalami penurunan 1 satuan artinya nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -0,375. Sedangkan sisanya akan dipengaruhi oleh variabel lain

Dapat diketahui bahwa *Corporate Social Responsibility* dan struktur modal berhubungan negatif dengan nilai perusahaan.

Uji Hipotesis

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 2
Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.084	.513		4.061	<.001
	CSR	-.737	1.026	-.079	-.719	.474
	Struktur Modal	-.375	.406	-.102	-.924	.358

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS 25

Dapat diketahui jumlah n adalah 85 dan k adalah 2. Nilai T_{tabel} diperoleh dari $n-k-1$ dengan standar eror 0,05 dan hasil dari $df = 85-2-1 = 82$, maka hasil dari T_{tabel} adalah 1,98932. Berdasarkan tabel 4.8 diketahui nilai T_{hitung} CSR sebesar -0,719 dengan nilai Sig. 0,474, sehingga $T_{hitung} < T_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa *corporate social responsibility* secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis ini menyatakan “*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan” ditolak.

Selanjutnya nilai T_{hitung} dari struktur modal adalah -0,924 dengan nilai Sig. 0,358, sehingga $T_{hitung} < T_{tabel}$. Dengan demikian, variabel struktur modal secara parsial tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Maka hipotesis ini menyatakan “Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan” ditolak.

Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 3
Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.348	2	1.174	.615	.543 ^b
	Residual	156.568	82	1.909		
	Total	158.916	84			

- a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan
b. Predictors: (Constant), Struktur Modal, CSR

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas dijelaskan bahwa uji f memiliki nilai F_{hitung} sebesar 0,615 dengan nilai signifikan 0,543 dan diketahui nilai F_{tabel} adalah 3,11 yang diperoleh dari nilai $k=3$ dan nilai $n=85$, lalu dihitung dengan $df_1 = n-k$ dan $df_2 = n-k$ sehingga diketahui Tabel F 2 : 82. Karena nilai signifikan $> 0,05$ dan F_{hitung} senilai 0,615 $< F_{tabel}$ senilai 3,11. Dengan demikian, hasilnya adalah CSR dan struktur modal secara simultan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan hipotesis ini menyatakan "Corporate Social Responsibility (CSR) dan Struktur Modal berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan" ditolak.

Analisis Koefisien Determinasi Corporate Social Responsibility dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.111 ^a	.012	-.012	1.08150

Sumber: Data sekunder yang diolah menggunakan SPSS 25

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 2 variabel independen yaitu Corporate Social Responsibility (X1) dan Struktur Modal (X2) serta 1 variabel dependen yaitu Nilai Perusahaan (Y). Dengan nilai hasil uji koefisien dterminasi diketahui R Square adalah 0,012. Hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel independen dalam penelitian ini untuk mempengaruhi variabel dependen sebesar 1,2%, sisanya 98,8% kemungkinan dapat dijelaskan oleh variabel lain selain variabel CSR dan struktur modal.

Pembahasan

Berdasarkan hasil hipotesis pada penelitian ini menunjukkan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diketahui dari uji t, variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai signifikan 0,474 $> 0,05$ dan dari uji f, variabel *corporate social responsibility* memiliki nilai F_{hitung} senilai 0,615 $< F_{tabel}$ senilai 3,11. Hal ini dapat simpulkan, bahwa H_0 ditolak, sehingga CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis pada penelitian ini menunjukkan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Diketahui dari uji t, variabel struktur modal memiliki nilai signifikan 0,358 $> 0,05$ dan dari uji f, variabel struktur modal memiliki nilai F_{hitung} senilai 0,615 $< F_{tabel}$ senilai 3,11. Hal ini dapat simpulkan, bahwa H_0 ditolak, sehingga struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dari hasil temuan yang diperoleh peneliti, struktur modal memiliki data cukup baik, namun dalam pengungkapan CSR terdapat banyak ketidakseimbangan data. Sehingga data pada struktur modal mempengaruhi nilai uji.

Berdasarkan hasil penelitian hipotesis menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal tidak berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Diketahui dari uji statistik f, yaitu nilai signifikan 0,543 $> 0,05$ dan F_{hitung} senilai 0,615 $< F_{tabel}$ senilai 3,11. Hal ini dapat simpulkan, bahwa H_a ditolak sehingga CSR dan Struktur Modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dijelaskan juga variabel independen yaitu CSR dan struktur modal dalam penelitian ini untuk mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan sebesar 1,2%, sisanya 98,8% kemungkinan dapat dijelaskan oleh variabel lain selain variabel CSR dan struktur modal.

SIMPULAN

Sesuai hasil penelitian dan pembahasan mengenai corporate social responsibility dan struktur modal terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur, dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian *Corporate Social Responsibility* (CSR) menunjukkan secara parsial *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan uji statistik t CSR memiliki nilai lebih dari 0,05 yaitu nilai signifikan $0,474 > 0,05$.
2. Hasil penelitian struktur modal juga menunjukkan secara parsial bahwa struktur modal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan uji statistik t struktur modal memiliki nilai lebih dari 0,05, yaitu nilai signifikan $0,358 > 0,05$.
3. Dengan pengujian hasil hipotesis secara simultan, CSR dan struktur modal menunjukkan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dibuktikan dengan uji statistik f yang memiliki nilai lebih dari 0,005, yaitu $0,543 > 0,05$ dan F_{hitung} senilai $0,615 < F_{tabel}$ senilai 3,11. Sehingga H_0 ditolak yang menandakan CSR dan struktur modal tidak berpengaruh.
4. Dengan pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa untuk mempengaruhi variabel dependen yaitu nilai perusahaan CSR dan struktur modal mempengaruhi senilai 1.2%. Sehingga sisanya 98,8% kemungkinan dapat dijelaskan oleh variabel lain, selain CSR dan struktur modal.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, D., & Kusuma, N. (2019). Pengaruh Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, 17(1), 66–81.
- Lau, E. A. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Struktur Modal Suatu Perusahaan Sebuah Kajian Pustaka. *Exchall (Economic Challenge)*, 4(1), 100–112.
- Nusron, L. A., Sahnaa, F., & Adhivinna, V. V. (2023). Determinan Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman di Indonesia. *Jurnal Akuntansi*, 18(2), 147–158.
- Qotimah, K., & Kalangi, L. (2023). Pengaruh Analisa Fundamental Terhadap Return Investasi Pada Saham *Second Liner* Di Sektor Energi Periode 2019-2022 Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia *the Effect of Fundamental Analysis on Investment Return in Second Liner Share in the Energy Sector for. Korompis 12 Jurnal EMBA*, 11(3), 12–26.
- Riyanta Mitra Karina, D., Setiadi, I., & Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, I. (2020). Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan GCG Sebagai Pemoderasi CSR *Influence On Corporate Value With GCG As Moderators*. 6(1).
- Sabina Rini, K. D., & Mimba, N. P. S. H. (2019). Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set* dan Struktur Modal pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 28(3), 2019.
- Sutan Indomo, U. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Pertumbuhan, Ukuran Perusahaan dan Likuiditas terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Pertambangan Periode 2012-2016. *Jurnal STEI Ekonomi*, 28(02), 267–279.
- Tumangkeng, M. F. (2018). *Titik Mildawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.