

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

#### 2.1 Tinjauan Pustaka

##### 2.1.1 *Corporate Social Responsibility*

###### 2.1.1.1 Pengertian CSR

*Corporate Social Responsibility* merupakan komitmen pembangunan yang berkelanjutan serta didukung dengan cara kerja sama antara karyawan dan keluarga, perwakilan mereka, komunitas, dan masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup, pertumbuhan ekonomi, dan untuk pengembangan (Sartika, 2017). Menurut Kolter dan Nance (2005), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan terhadap lingkungan sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial dengan meningkatkan kesejahteraan melalui praktik dan sumber daya perusahaan. Menurut Suharto (2007), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah metode bisnis yang didedikasikan tidak hanya untuk keuntungan finansial bagi perusahaan, tetapi juga untuk mempromosikan pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan di lingkungan perusahaan.

Dalam beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pengertian CSR adalah praktik bisnis yang diterapkan bukan hanya untuk keuntungan finansial bagi suatu perusahaan, tetapi juga untuk mempromosikan pembangunan sosial ekonomi yang berkelanjutan di lingkungan perusahaan. Sebagaimana dalam tanggung jawab pelaksanaan CSR yang termuat pada Undang-undang pasal 74 Nomor 40 Tahun 2007 terkait kewajiban tanggung jawab sosial bagi Perseroan Terbatas (PT) yang disebutkan pada ayat (1) serta sebagaimana disebutkan pada

pasal (3) jika kewajiban tanggung jawab sosial tidak dilaksanakan oleh perseroan terbatas maka akan mendapatkan sanksi sesuai dengan perundang-undangan terkait.

CSR merupakan salah satu wujud partisipasi dunia usaha dalam pembangunan berkelanjutan untuk mengembangkan program kepedulian perusahaan kepada masyarakat sekitar melalui penciptaan dan pemeliharaan keseimbangan antara mencetak keuntungan, fungsi-fungsi sosial, dan pemeliharaan lingkungan hidup. Dengan kata lain, CSR dikembangkan dengan koridor *Tri Bottom Line* yang mencakup sosial, ekonomi, dan lingkungan.

#### **2.1.1.2 Prinsip CSR**

Penerapan CSR ini harus dilandasi dengan prinsip-prinsip dasar dalam pelaksanaannya. Prinsip-prinsip CSR ini dikemas lebih singkat dalam buku yang berjudul *Corporate Social Responsibility: Part 1 Principles, Stakeholder and Sustainability* karya Crowther David dan Guler Aras (2010) bahwa terdapat tiga dasar prinsip CSR, yaitu:

##### *1. Sustainability*

Prinsip pertama tanggung jawab sosial mengacu pada pengelolaan perusahaan dalam pelaksanaan kegiatan sumber dayanya, dengan mempertimbangkan keberlanjutan juga di masa depan.

##### *2. Accountability*

Akuntabilitas dijadikan sebagai image perusahaan karna keterkaitannya dengan laporan perusahaan dan kedudukan akuntabilitas mempengaruhi harga saham serta kepercayaan para stakeholder karna memuat informasi-

informasi mengenai laporan perusahaan dalam konsekuensi ekonomi maupun sosial.

### 3. *Transparancy*

Transparansi dalam perusahaan merupakan prinsip yang paling dibutuhkan oleh pihak eksternal karena mereka bertanggung jawab terkait dengan aktivitas perusahaan. Transparansi sangat penting bagi pihak eksternal untuk menghindari kesalahpahaman dan asimetri informasi perusahaan.

#### **2.1.1.3 Manfaat CSR**

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan salah satu dari beberapa tanggung jawab perusahaan kepada sitiap pemangku kepentingan. Yang dimaksud pemangku kepentingan dalam hal ini adalah orang atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh berbagai keputusan, kebijakan, maupun operasi perusahaan. Pelaksanaan program CSR akan memberikan dampak positif, tidak hanya bagi operasional perusahaan akan tetapi juga bagi kelangsungan perusahaan.

Menurut Sartika (2017) CSR memiliki manfaat bagi masyarakat, pemerintah dan perusahaan, diantaranya yaitu:

#### 1. Manfaat CSR bagi Masyarakat

Corporate Social Responsibility CSR adalah tentang bagaimana sebuah perusahaan melakukan proses untuk memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dengan memperhatikan masyarakat, perusahaan dapat berkontribusi terhadap peningkatan kualitas hidup masyarakat.

Manfaat CSR bagi komunitas yaitu:

- a. Peluang penciptaan kesempatan kerja, pengalaman kerja, dan pelatihan.
- b. Pendanaan investasi komunitas, pengembangan infrastruktur.
- c. Keahlian komersial.
- d. Kompetensi teknis dan personal individual pekerja yang terlibat.
- e. Representasi bisnis sebagai promosi bagi prakarsa-prakarsa komunitas.

## 2. Manfaat CSR bagi pemerintah

Melalui CSR akan tercipta hubungan baik antara pemerintahan dengan perusahaan dalam mengatasi berbagai masalah sosial, seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, minimnya akses kesehatan dan lain sebagainya. Terkait dengan hal itu, kehadiran CSR cukup banyak memberikan kontribusi kepada pemerintah, dalam bentuk:

- a. Dukungan pembiayaan, karena keterbatasan anggaran pemerintah untuk membiayai pembangunan yang berkaitan dengan penanggulangan kemiskinan.
- b. Dukungan sarana dan prasarana (ekonomi, kesehatan, pendidikan atau pelatihan, tempat ibadah, sarana olahraga, kesenian, dan lain-lain), baik yang sudah dimiliki maupun yang dibangun melalui kegiatan CSR.
- c. Dukungan keahlian, melalui keterlibatan personil perusahaan utamanya pada kegiatan pengembangan kapasitas masyarakat dengan diadakannya pelatihan dari perusahaan terkait.

### 3. Manfaat CSR bagi perusahaan

Bagi perusahaan yang menerapkan CSR akan memberikan dampak positif bagi keberlangsungan perusahaan tersebut dan juga menciptakan citra yang baik di masyarakat. Berikut manfaat CSR bagi perusahaan:

#### a. Meningkatkan citra perusahaan

Konsumen dapat lebih mengenal perusahaan sebagai perusahaan yang selalu melakukan kegiatan positif bagi masyarakat yang hidup di lingkungan perusahaan.

#### b. Memperkuat "Brand" perusahaan

Melalui kegiatan yang memberikan informasi tentang produk kepada konsumen dengan cara melakukan pembagian produk secara cuma-cuma untuk mengenalkan produk kepada konsumen yang akan menimbulkan kesadaran konsumen akan keberadaan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan porsi *brand* perusahaan.

#### c. Mengembangkan kerja sama dengan para pemangku kepentingan

Dalam melaksanakan kegiatannya, perusahaan tentunya tidak mampu mengerjakannya sendiri, jadi harus dibantu dengan para pemangku kepentingan, seperti pemerintah daerah, masyarakat, dan universitas lokal. Maka dari itu perusahaan dapat membuka relasi yang baik dengan para pemangku kepentingan tersebut.

- d. Menghasilkan inovasi dan pembelajaran untuk meningkatkan pengaruh perusahaan

Memilih kegiatan CSR yang sesuai dengan kegiatan utama perusahaan memerlukan kreativitas. Merencanakan CSR secara konsisten dan berkala memicu inovasi dalam perusahaan yang pada akhirnya dapat meningkatkan peran dan posisi perusahaan dalam bisnis global.

- e. Membuka akses untuk investasi dan pembiayaan bagi perusahaan

Pada masa sekarang ini para investor sudah memiliki kesadaran akan perusahaan yang telah melakukan kegiatan CSR. Demikian juga para penyedia dana seperti perbankan lebih memprioritaskan dalam memberikan bantuan dana kepada perusahaan yang melakukan CSR.

- f. Meningkatkan harga saham

Pada akhirnya jika perusahaan melakukan kegiatan CSR yang sesuai dengan bisnis utamanya dan melakukannya dengan konsisten dan rutin, masyarakat bisnis (investor, kreditur dan lainnya), pemerintah, akademisi, maupun konsumen akan makin mengenal perusahaan. Maka dari itu permintaan atas saham perusahaan akan bertambah dan nilai harga sahamnya juga otomatis akan meningkat.

#### **2.1.1.4 Indikator CSR**

Dalam penelitian kali ini CSR diukur menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Menurut As'ad Mauludy (2018), GRI merupakan suatu badan sekaligus pencetus standar pelaporan berkelanjutan pertama yang berlaku secara global yang dinamakan dengan GRI Standard. GRI didirikan di Boston pada

Tahun 1997. Standar tersebut dirancang agar dapat diterapkan secara *universal* untuk perusahaan yang ada di seluruh negara. Standar pelaporan GRI selalu mengalami pembaruan untuk menyesuaikan kondisi di lapangan. GRI G4 merupakan standar pelaporan terbaru yang diterbitkan oleh GRI pada tahun 2013. GRI G4 merupakan pembaruan dari GRI G3 yang bertujuan untuk membantu perusahaan dalam menyusun laporan keberlanjutan dengan menyajikan informasi-informasi penting terkait isu-isu organisasi yang paling sering terjadi. GRI G4 mencakup beberapa indikator yang merupakan penjabaran dari CSR.

Indikator kinerja dalam GRI G4 dibagi menjadi 3 kategori utama, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial. Dalam masing-masing kategori ini dibagi menjadi beberapa indikator, sedangkan pada kategori sosial dibagi kembali menjadi sub kategori sebelum dijabarkan dalam beberapa indikator, yaitu praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggungjawab atas produk.

Konsep GRI G4 memungkinkan perusahaan melakukan pengukuran biaya berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan, dimana untuk mengukur indeks CSR yang dilakukan oleh Perusahaan dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j} \times 100\%$$

Keterangan:

- CSRI<sub>j</sub> : *Corporate Social Responsibility Indeks* Perusahaan
- $\sum x_{ij}$  : Point bagi indikator yang dilaksanakan (1 = Jika kriteria diungkapkan; 0 = Jika kriteria tidak diungkapkan)
- $n_j$  : Jumlah kriteria pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk perusahaan  $j$ ,  $n_j \leq 91$

Setelah diketahui angka CSR yang diharapkan untuk dapat diungkapkan oleh perusahaan, maka kemudian dapat dihubungkan dengan pendapatan bersih perusahaan sehingga didapatkan berapa total biaya CSR yang dikeluarkan.

#### 2.1.1.5 Teori *Stakeholder*

Konsep *stakeholder* memiliki sejarah yang panjang dan penerapan yang luas. Awalnya sekitar tahun 1908, istilah ini diartikan sebagai orang yang mempunyai tanggung jawab fidusia. Kemudian makna *stakeholder* berkembang menjadi orang yang memiliki saham atau kepentingan dan menjadi penutup terhadap pihak-pihak yang mungkin ataupun tidak memiliki tanggungjawab fidusia. Penggunaan istilah tersebut dipopulerkan oleh Robert Edward Freeman dalam literatur manajemen bisnis melalui bukunya yang berjudul *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Freeman (2010) mendefinisikan *stakeholder* sebagai suatu kelompok atau individu yang bisa memengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan suatu organisasi. Pada tahun 1980-an istilah *stakeholder* mulai masuk dalam teori maupun praktik manajemen publik dan

nirlaba yang diartikan sebagai orang, kelompok atau organisasi yang harus diperhitungkan oleh pemimpin, manajer, dan staf garis depan (Sentanu, 2024).

Pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidak hanya terbatas untuk memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak yang mempunyai keterkaitan dengan persahaan. Teori *stakeholder* merupakan konsep manajemen strategis yang nantinya dapat membantu perusahaan atau badan usaha memperkuat hubungan dengan pihak eksternal dan mengembangkan keunggulannya dalam bersaing (Freeman, 2010). Teori *stakeholder* juga menyatakan bahwa perusahaan meningkatkan keberhasilan usaha dan akuntabilitas perusahaan dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder*, perusahaan bukan badan yang dioperasikan untuk kepentingan individu melainkan untuk tujuan perusahaan atau tujuan bersama.

## **2.1.2 Profitabilitas**

### **2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan salah satu metode atau teknik dalam menganalisis laporan keuangan. Setiap teknis analisisnya memiliki arti, tujuan dan mafaatt yang berbeda-beda. Rasio profitabilitas digunakan untuk malakukan pengukuran terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari semua aktivitas normal bisnisnya (Hery, 2016). Rasio profitabilitas juga dapat menunjukkan tingkat kemampuan dan tingkat keberhasilan perusahaan yang diperoleh dari kegiatan bisnis seperti penjualan, kas, modal, jumlah cabang dan

sebagainya. Sehingga hal itu dapat memberikan manfaat bagi pemilik perusahaan, manajemen dan pemangku kepentingan lainnya.

Menurut Agustina (2013), profitabilitas adalah hasil akhir dari serangkaian kebijakan dan keputusan manajemen, dimana kebijakan dan keputusan ini menyangkut pada penggunaan dana dalam menjalankan operasional perusahaan yang terangkum dalam laporan neraca dan unsur dalam neraca. Tujuan didirikannya perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan atau laba (*profit*), maka sangat wajar apabila profitabilitas menjadi perhatian utama para investor. Tingkat profitabilitas yang konsisten akan mampu bertahan dalam dunia bisnis dengan memperoleh *return* yang memadai dibanding dengan risikonya. Dengan kata lain profitabilitas juga dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Profitabilitas juga mempunyai arti penting dalam usaha mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan untuk jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah perusahaan tersebut mempunyai prospek yang baik dimasa yang akan datang atau tidak (Wulandari, 2022). Dengan demikian setiap badan usaha akan selalu berusaha untuk meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi profitabilitas suatu badan usaha maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih terjamin.

#### **2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas**

Profitabilitas menunjukkan kemampuan dari modal yang di investasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan bagi para investor.

Menurut Kasmir (2014), tujuan dari penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, yaitu:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam suatu periode.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

Adapun manfaat dari profitabilitas, yaitu:

1. Analisis kemampuan dalam menghasilkan laba ditunjukkan untuk mendeteksi penyebab timbulnya laba atau rugi yang dihasilkan oleh suatu objek informasi dalam periode akuntansi tertentu.
2. Menjadi gambaran kriteria yang sangat diperlukan dalam menilai kesuksesan suatu perusahaan.
3. Sebagai alat untuk membuat proyeksi laba perusahaan karena menggambarkan korelasi antara laba dan jumlah modal yang ditanamkan.
4. Sebagai alat pengendalian bagi manajemen. Profitabilitas dapat dimanfaatkan oleh pihak *intern* untuk menyusun target, *budget*, koordinasi,

evaluasi hasil pelaksanaan operasi perusahaan dan dasar pengambilan keputusan.

### 2.1.2.3 Pengukuran Profitabilitas

Profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menciptakan tingkat keuntungan yang baik dalam bentuk laba perusahaan maupun nilai ekonomis atas penjualan, aset bersih perusahaan, maupun modal sendiri.

Menurut Lawrence J. Gitman (2012) terdapat banyak ukuran profitabilitas, yang keseluruhannya merupakan ukuran untuk mengevaluasi keuntungan perusahaan yang berhubungan dengan penjualan, tingkat aktivitas tertentu, atau investasi. Tanpa laba yang tinggi, perusahaan tidak dapat memperoleh modal dari luar.

Ada beberapa cara dalam melakukan pengukuran rasio profitabilitas menurut Agus Sartono (2010), diantaranya adalah:

#### 1. *Gross Profit Margin*

Rasio ini merupakan presentase dari laba kotor dengan penjualan. Semakin besar GPM maka semakin baik keadaan operasi perusahaan karena hal ini menunjukkan bahwa *cost of good sold* lebih rendah daripada *sales*. GPM ini sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Apabila harga pokok penjualan meningkat maka GPM akan menurun, begitupun sebaliknya.

$$GPM = \frac{\text{penjualan} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

## 2. *Net Profit Margin*

Rasio ini digunakan untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

$$NPM = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{penjualan}} \times 100\%$$

## 3. *Return On Equity*

Merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini maka posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi.

$$ROE = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{modal}} \times 100\%$$

## 4. *Return On Asset*

Merupakan salah satu rasio keuangan perusahaan yang berhubungan dengan profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada tingkat pendapatan, aset dll.

$$ROA = \frac{\text{laba setelah pajak}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan ROE untuk dijadikan pengukuran rasio profitabilitas. Menurut Sutedi (2011), ROE menunjukkan keberhasilan atau kegagalan pihak manajemen dalam memaksimalkan tingkat hasil pengembalian investasi pemegang saham dan menekan pada hasil

pendapatan sehubungan dengan jumlah yang diinvestasikan. Jika *Return On Equity* (ROE) tinggi maka perusahaan dikatakan menggunakan modalnya dengan efektif dan efisien. Kondisi ini menyebabkan pemegang saham percaya bahwa dikemudian hari perusahaan akan memberikan pendapatan yang lebih besar, akibatnya harga saham akan naik, return pun akan meningkat. Sebaliknya jika *Return On Equity* (ROE) rendah, maka harga saham akan turun dan return pun akan menurun. Maka dari itu profitabilitas dapat dikatakan sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, semakin tinggi nilai saham diperusahaan maka semakin baik pula nilai perusahaan tersebut, sebaliknya jika nilai saham suatu perusahaan rendah maka dapat dikatakan nilai perusahaan tersebut kurang baik. Karena harga saham sangat berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.1.3 Struktur Modal**

#### **2.1.3.1 Pengertian Struktur Modal**

Menurut Brigham (2011) struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan, dan cadangan. Jika dalam pendanaan perusahaan yang berasal dari modal sendiri masih mengalami kekurangan (*defisit*) maka perlu dipertimbangkan pendanaan perusahaan yang berasal dari luar, yaitu hutang (*debt financing*). Namun dalam pemenuhan kebutuhan dana, perusahaan harus mencari alternatif-alternatif pendanaan *efisien*. Pendanaan yang *efisien* akan terjadi bila perusahaan mempunyai struktur modal yang optimal. Menurut Sutrisno (2013) sruktur modal

merupakan pembelajaran permanen yang mencerminkan perimbangan antara hutang jangka panjang dengan modal sendiri baik dari sumber interal maupun eksternal. Menurut Mustafa (2017), struktur modal merupakan pertimbangan antara jumlah hutang jangka pendek bersifat permanen, hutang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa struktur modal adalah perbandingan antara modal asing dengan modal pribadi. Modal asing berupa hutang, baik jangka pendek maupun jangka panjang, sedangkan modal sendiri terdiri atas laba ditahan dan juga dengan penyertaan pemilik perusahaan.

#### **2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Struktur Modal**

Berbagai faktor yang dipertimbangkan dalam pembuatan keputusan struktur modal, menurut Mustafa (2017), diantaranya:

1. *Growth Rate* (Pertumbuhan Penjualan di Masa Depan)

Apabila pertumbuhan perusahaannya disetiap tahunnya selalu mengalami peningkatan, maka perusahaan akan memperoleh keuntungan yang cukup besar bahkan bisa saja tidak menggunakan hutang dalam pengoperasian perusahaan. Tetapi sebaliknya apabila perusahaan tingkat pertumbuhannya kecil bahkan tidak ada pertumbuhan, maka kemungkinan perusahaan menggunakan hutang akan lebih besar.

2. *Sales Stability* (Stabilitas Penjualan)

Apabila penjualan perusahaan stabil meningkat, maka perusahaan dengan sendirinya memperoleh dana yang cukup besar, sehingga perusahaan akan mengurangi hutangnya, bahkan tidak menggunakan hutang dalam

pengoprasian perusahaan. Tetapi sebaliknya apabila penjualan perusahaan stabil turun, maka perusahaan akan berkurangnya dana yang diperoleh, sehingga perusahaan akan menabuh hutangnya untuk keperluan operasi perusahaan.

3. *Asset Structur* (Struktur Aktiva)

Jika perusahaan mempunyai permodalan sendiri cukup besar, maka perusahaan tidak memerlukan pinjaman, tetapi sebaliknya jika permodalan perusahaan kecil, maka perusahaan memerlukan pinjaman.

4. *Management Attitudes* (Sifat Manajemen)

Dalam melakukan operasi perusahaan, manajemen ada yang bersifat berani menanggung risiko dan ada pula yang bersifat tidak menyukai risiko (*risk averse*). Manajemen berani dalam hal ini, manajemen selalu bertindak agresif, keinginan yang besar dalam operasi perusahaan, sehingga perusahaan menginginkan permodalan yang besar yang mengakibatkan manajemen berani melakukan pinjaman, sehingga kegiatan operasi perusahaan dilakukan seperti apa yang terjadi.

5. *Market Conditions* (Keadaan Pasar Modal)

Pasar modal yang mudah untuk mendapatkan dana berupa pinjaman. Maka perusahaan juga dengan mudah mendapatkan pinjaman yang cukup besar, begitu pula sebaliknya.

6. *Taxes* (Pajak)

Tingkat pajak yang cukup besar, perusahaan akan berusaha melakukan pinjaman yang cukup besar pula karena perusahaan beranggapan dengan

adanya hutang, perusahaan akan membayar bunga yang cukup besar sehingga akan mengurangi laba perusahaan yang akan dikenakan pajak.

### 2.1.3.3 Pengukuran Struktur Modal

Bagi perusahaan yang pertumbuhannya sangat pesat, akan membutuhkan modal yang besar seiring dengan tingkat pertumbuhan perusahaan. Pada dasarnya kebutuhan modal perusahaan bersumber dari modal internal dan modal eksternal. Apabila sumber modal internal tidak mampu memenuhi kebutuhan pembiayaan perusahaan, maka kebutuhan modal harus dipenuhi dari sumber modal eksternal. Dimana sumber modal eksternal dapat diperoleh dari pinjaman atau utang dari pihak ketiga.

Hutang atau kewajiban merupakan sumber modal yang harus dibayar atau dikembalikan dengan biaya bunga yang sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati dan dalam jangka waktu yang telah disepakati pula. Sehingga jika suatu perusahaan mengalami kesulitan dalam keuangan, maka perusahaan harus menanggung risiko tersebut. Hal ini berbeda dengan sumber modal internal yang berasal dari laba ditahan atau pemegang saham. Modal yang sudah diterima oleh perusahaan tidak perlu dikembalikan karena itu berasal dari sumber modal internal, tetapi para pemegang saham mengharapkan keuntungan atau laba dari modal tersebut. Besarnya keuntungan yang dikeluarkan diharapkan sesuai dengan biaya yang telah dikeluarkan oleh perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk menjaga keseimbangan antara kedua sumber modal tersebut.

Dalam penelitian kali ini, struktur modal dihitung dengan *debt to equity ratio* (DER). Rasio ini dipilih karena dapat menggambarkan sumber dana

perusahaan dan menganggap bahwa semakin tinggi total hutang maka semakin tinggi pula risiko mengalami kebangkrutan. Oleh karena itu ini akan menjadi reaksi negatif bagi para investor.

Menurut Aziz dkk (2015: 257), DER merupakan rasio hutang yang digambarkan dengan perbandingan antara seluruh hutang, baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal perusahaan sendiri. Semakin besar hutang maka semakin besar pula risiko yang ditanggung perusahaan.

Perhitungan DER dalam penelitian kali ini menggunakan formula:

$$DER = \frac{\text{total utang}}{\text{modal sendiri}} \times 100\%$$

## **2.1.4 Nilai Perusahaan**

### **2.1.4.1 Pengertian Nilai Perusahaan**

Para ahli mendefinisikan nilai perusahaan sebagai berikut:

1. Menurut Sudana (2011) nilai perusahaan merupakan nilai sekarang dari arus pendapatan atau kas yang diharapkan diterima pada masa yang akan datang.
2. Menurut Thomas (2011) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh pembeli apabila suatu perusahaan akan dijual.
3. Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2015) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut akan dijual, semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan.
4. Menurut Yunita dan Artini (2019) menyatakan bahwa nilai perusahaan adalah indikator yang penting dalam menilai kinerja perusahaan, besar kecilnya nilai

perusahaan dapat mempengaruhi minat investor dalam melakukan investasinya.

5. Menurut noviani (2019) nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham perusahaan, karena semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan tersebut.

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa nilai perusahaan dapat mencerminkan kemakmuran para pemegang saham, karena semakin tinggi nilai perusahaan maka akan semakin tinggi pula harga saham perusahaan tersebut dan itu akan berdampak positif kepada para pemegang saham, begitupun sebaliknya.

#### **2.1.4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan**

Pada buku yang berjudul Determinan Nilai Perusahaan (Nagain Toni & Silvia, 2021), berpendapat bahwa terdapat beberapa faktor. Diantaranya:

1. Struktur Modal

Struktur modal dapat dikatakan berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena salah satu tugas manajer keuangan adalah menentukan kebijakan pendanaan dalam kegiatan investasi perusahaan yang dapat memaksimalkan harga saham yang merupakan cerminan dari suatu nilai perusahaan.

2. Likuiditas

Likuiditas dapat mempengaruhi nilai perusahaan karena mencerminkan ukuran-ukuran kinerja manajemen ditinjau sejauh mana manajemen mampu mengelola modal kerja yang didanai dari utang lancar dan saldo kas perusahaan.

### 3. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan salah satu fungsi manajer keuangan perusahaan untuk mendapatkan kombinasi keuangan optimal yang berhubungan dengan berbagai jenis penilaian kinerja perusahaan.

### 4. Profitabilitas

Profitabilitas memiliki hubungan kausalitas terhadap nilai perusahaan. Hubungan ini menunjukkan bahwa apabila kinerja manajemen perusahaan yang diukur dengan rasio profitabilitas dalam kondisi yang baik maka akan berdampak positif terhadap keputusan investor untuk menanamkan sahamnya di pasar modal.

#### **2.1.4.3 Indikator Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan yang tinggi menjadi harapan setiap pemilik perusahaan, karena dengan nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Kekayaan para pemegang saham dan perusahaan dipresentasikan oleh harga pasar dari saham yang merupakan cerminan dari keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset.

Nilai perusahaan dibentuk melalui indikator nilai saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif tentang pertumbuhan perusahaan di masa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu juga berarti bahwa semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Menurut Franita (2018) *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu indikator dalam nilai perusahaan, karena PBV menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan, PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan dengan jumlah modal yang di investasikan. Rasio PBV menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Formula untuk menghitung PBV ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut:

$$price\ to\ book\ value = \frac{harga\ saham}{nilai\ buku\ perlembar\ saham}$$

Nilai buku perlembar saham dapat dihitung

$$NBPS = \frac{total\ modal}{jumlah\ saham\ yang\ beredar}$$

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan rasio PBV untuk mengukur variabel nilai perusahaann. Karena PBV dapat menggambarkan tingkat keberhasilan suatu perusahaan dan tingkat kenaikan nilai perusahaan yang dapat dilihat dari harga saham suatu perusahaan.

### **2.1.5 Kajian Empiris**

Adapun beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi atau pendukung dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

Ni Kadek Siska Trisnawati, Ni Luh Putu Sandrya Dewi, Ni Luh Gde Novitasari (2023) pada penelitian “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Institusional, Struktur Modal dan Utang terhadap Kinerja Perusahaan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa

*Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, sedangkan ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, struktur modal dan utang tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan perbankan.

Zuanita Adhibah Turrohma dan Bambang Sudiyatno (2023) pada penelitian “Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan, Dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai Variabel Moderisasi (Studi Kasus Perusahaan Jasa Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)” menunjukkan bahwa dari keempat variabel hanya struktur modal (CS) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin’s q), sedangkan profitabilitas (profit) dan *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin’s q), sementara ukuran perusahaan (size) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin’s q). Sementara variabel pemoderasi *corporate social responsibility* (CSR) tidak dapat memoderasi struktur modal (CS) dan profitabilitas (profit) karena berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin’s q).

Fania Maulinda Dewi dan Ferikawita Magdalena Sembiring (2022) pada penelitian mengenai “Pengaruh *Debt to Equity Ratio*, *Return on Assets*, *Return on Equity*, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019”. *Debt to equity ratio* (DER) secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, *return on assets* (ROA) secara parsial berpengaruh negatif

terhadap 40 nilai perusahaan, sedangkan secara simultan *debt to equity ratio* (DER), *return on assets* (ROA), dan *return on equity* (ROE) berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Irdawati, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, Danel rahandri (2022) pada penelitian mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), Struktur Modal, *Empirise Risk Manajemen* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, struktur modal dengan menggunakan rasio DER tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, *Enterprise Risk Management* berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

Gisa Anugrah Dessriadi, Harsuti, Siti Muntahanah, dan Tjahjani Murdijaningsih (2022) pada penelitian mengenai “Pengaruh Kebijakan Deviden, Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hersintha Sahara, Kartika Hendra Titisari, dan Purnama Siddi (2022) pada penelitian mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Leverage, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, begitu juga struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Jamaluddin Ali, Ridwan Feroji, Osman Ali (2021) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV), sedangkan profitabilitas (ROE dan NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019. Secara simultan profitabilitas (ROA, ROE, dan NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Syintia Bahraini, Endri Endri, Sugeng Santoso, Leni Hartati, dan Sri Marti Pramudena (2021) pada penelitian mengenai “*Determinants of Firm Value: A Case Study of the Food and Beverage Sector of Indonesia*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal yang diwakili *debt to equity ratio* (DER) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, secara simultan total asset turnover (TATO), *current ratio* (CR), *return on equity* (ROE), *debt to equity ratio* (DER), dan size berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Tri Sumiyanti, Dian Kurniasari, Sari Ramadhan (2021) pada penelitian mengenai “Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Annisa Nuradawiyah dan Susi Susilawati (2020) pada penelitian mengenai “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks LQ45)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan indikator *return on assets* (ROA) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan struktur modal dengan indikator *debt to equity ratio* (DER) tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rizky Adhitya Nugraha (2020) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *leverage* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Suci Anggraini dan Rosalia Nansih Widhiastuti (2020) pada penelitian mengenai “Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, *Leverage*, dan Aktivitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas dengan indikator *return on assets* (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara simultan profitabilitas, likuiditas, *leverage*, dan aktivitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Umar, Rasmi Nur Anggraeni, dan Sri Haryani (2020) pada penelitian mengenai “*The Influence of Capital Structure and Profitability on Firm Value on Property and Real Estate Sector in Indonesia Stock Exchange*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik secara parsial maupun secara simultan, struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Budi Sasongko (2019) pada penelitian mengenai “*The Effect of Debt Equity Ratio, Dividend Payout Ratio, and Profitability on Firm Value*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *debt equity ratio* (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019) melakukan penelitian mengenai, “Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2014- 2017.

Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2019) melakukan penelitian mengenai “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)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh

negatif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Serta secara simultan ditemukan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Nila Izatun Nafisah, Abdul Halim, dan Ati Retna Sari (2018) pada penelitian mengenai “Pengaruh *Return on Assets* (ROA), *Debt to Equity Ratio* (DER), *Current Ratio* (CR), *Return on Equity* (ROE), *Price Earning Ratio* (PER), *Total Assets Turnover* (TATO), dan *Earning Per Share* (EPS) terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2015”. Hasil menunjukkan bahwa *return on assets* (ROA) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan *debt to equity ratio* (DER) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Bulan Oktrima (2017) pada penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: PT Mayora Indah Tbk Tahun 2011 2015)”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial profitabilitas dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara simultan profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Eka Indriyani (2017) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, Gede Putu Agus Jana Susila (2019) melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan *Food and Beverages* Di BEI”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan ukuran perusahaan, leverage, dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan, leverage berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

**Tabel 2.1**  
**Kajian Empiris**

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Ni Kadek Siska Trisnawati, Ni Luh Putu Sandrya Dewi, Ni Luh Gde Novitasari (2023), <i>Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Ukuran Perusahaan, Struktur</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Corpoate Social Responsibility</i> (CSR), Struktur Modal</li> <li>• Analisis data: Regresi data panel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Institusional, Utang, Kinerja Perusahaan.</li> <li>• Lokasi: Perusahaan Perbankan</li> </ul>	<i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-	Jurnal Inovasi Akuntansi (JIA), Vol 1 No 1, Juni (2023): 55-56, ISSN 2988-1563, UNMAS Denpasar.

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>Kepemilikan Institusional, Struktur Modal dan Utang terhadap Kinerja Perusahaan</i>			2021, sedangkan ukuran perusahaan, struktur kepemilikan institusional, struktur modal dan utang tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan perbankan.	
2	Zuanita Adhibah Turrohma dan Bambang Sudyatno (2023), <i>Pengaruh Struktur Modal dan Profitabilitas Terhadap Nilai perusahaan, Dengan Corporate Social Responsibility (CSR) sebagai Variabel Moderisasi (Studi Kasus Perusahaan Jasa Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2021)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur Modal, CSR, Nilai Perusahaan.</li> <li>• Analisis data: Regresi Panel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Tobin's q</li> <li>• Lokasi: perusahaan jasa keuangan</li> </ul>	Struktur modal (CS) yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin's q). Profitabilitas (profit) dan <i>corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin's q). Ukuran perusahaan (size) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan	JESYA Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah, Vol 6 No 2, juni 2023, E-ISSN: 2599-3410 P-ISSN: 2614-3259, FEB Universitas Stikubank Semarang

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				(tobin's q). Sementara variabel pemoderas <i>corporate social responsibility</i> (CSR) tidak dapat memoderasi struktur modal (CS) dan profitabilitas (profit) karena berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (tobin's q).	
3	Fania Maulinda Dewi dan Ferikawita Magdalena Sembiring (2022), <i>Pengaruh Debt to Equity Ratio, Return on Assets, Return on Equity, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DER, Nilai Perusahaan</li> <li>• Analisis Regresi panel</li> <li>• Menggunakan <i>Eviews</i></li> </ul>	ROE, Data: data	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ROA, Ukuran Perusahaan</li> </ul>	<p>DER secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. ROA secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. DER, ROA, ROE, dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan.</p> <p>Portofolio: Jurnal Ekonomi, Bisnis, Manajemen dan Akuntansi, Vol. 19 No. 1, Mei 2022: Hal 1-19, E-ISSN: 2829-3398 Universitas Jenderal Achmad Yani.</p>

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>periode 2015-2019.</i>				
4	Irdawati, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, Danel Rahandri (2022), <i>pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Struktur Modal, Empirise Risk Manajemen dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR, Struktur Modal, Nilai Perusahaan</li> <li>• Analisis data: regresi data panel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Empirise Risk Manajemen, Ukuran Perusahaan</i></li> <li>• Tobin's q</li> </ul>	<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal dengan menggunakan rasio DER tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Enterprise Risk Management</i> berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.	EBISMEN Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen. Vol 1 No 4, Desember 2022. e-ISSN: 2962-7621 p-ISSN: 29620763X, Hal 172-188, Universitas Muhammadiyah Tanggerang
5	Gisa Anugrah Dessriadi, Harsuti, Siti Muntahanah, dan Tjahjani Murdijaningsih (2022), <i>Pengaruh Kebijakan Dividen,</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Nilai Perusahaan</li> <li>• Analisis data: regresi data panel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebijakan Dividen, <i>Leverage</i></li> <li>• Lokasi: perusahaan LQ-5</li> </ul>	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	Ekonomis: Journal of Economics and Business, Vol. 6 No.1, Maret 2022, Hal 195-198, ISSN: 2597-8829 (Online)

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>Leverage, dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan LQ-45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia.</i>				LPPM Universitas Batanghari Jambi
6	Hersintha Sahara, Kartika Hendra Titisari, dan Purnama Siddi (2022), <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Struktur Modal, Leverage, dan Kepemilikan Institusional terhadap Nilai Perusahaan.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Struktur Modal, Nilai Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i>, Kepemilikan Institusional</li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> </ul>	Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan	Owner: Riset & Jurnal Akuntansi, Vol. 6 No. 1, Januari 2022, Hal 322-335, e-ISSN: 2548- 9224, p-ISSN: 2548-7507, Politeknik Ganesha Medan
7	Jamaluddin Ali, Ridwan Faroji, Osman Ali (2021) <i>Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Nilai perusahaan</li> <li>• Lokasi: perusahaan sektor industri barang konsumsi di BEI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ROA, NMP</li> <li>• Analisis data: regreesi linier berganda</li> </ul>	Secara parsial profitabilitas (ROA) berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas (ROE dan NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor	Jurnal Neraca Peradaban, Volume 1, Nomor 2, Mei 2021, ISSN (online): 2775-4286; ISSN (print): 2775-4294, STIE Hidayatullah, Depok

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	
				industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017- 2019. Secara simultan profitabilitas (ROA, ROE dan NPM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.		
8	Syintia Bahraini, Endri Endri, Sugeng Santoso, Leni Hartati, dan Sri Marti Pramudena (2021), <i>Determinants of Firm Value: A Case Study of the Food and Beverage Sector of Indonesia</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DER, Nilai Perusahaan</li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> </ul>	ROE, Nilai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TATO, <i>Size</i>, CR</li> </ul>	Secara parsial DER berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Secara simultan TATO, CR, ROE, DER, <i>Size</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	<i>Journal of Asian Finance, Economics, and Business</i> , Vol. 8 No. 6, 2021: Hal 839- 847, e-ISSN: 2288-4645, p-ISSN: 2288-4637
9	Tri Sumiyanti, Dian Kurniasari, Sari Ramadhan (2021), <i>Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CSR, Nilai Perusahaan</li> <li>• Lokasi: perusahaan industri manufaktur</li> </ul>	Nilai	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GCG, Ukuran Perusahaan</li> <li>• Tobin's <i>q</i>, <i>Size</i>, <i>Cash Holdings</i></li> </ul>	Pengungkapan CSR dan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif	Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT), Vol 12 No 2, Edisi Khusus, Agustus 2021, p-ISSN 2526-4440, e-ISSN

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>terhadap Nilai Perusahaan Industri Manufaktur</i>		• Analisis data: regresi berganda	terhadap nilai perusahaan.	20686-3748, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Totalwin
10	Annisa Nuradawiyah dan Susi Susilawati (2020), <i>Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Indeks LQ45)</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Struktur Modal, Nilai Perusahaan, DER</li> <li>• Menggunakan <i>Eviews</i></li> <li>• Analisis data: regresi data panel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusaaan, ROA</li> <li>• Perusahaan indeks LQ45</li> </ul>	Profitabilitas dengan indikator ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur modal dengan indikator DER tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan	Jurnal Akuntansi, Vol.9 No. 2, November 2020: Hal 218-232, p-ISSN: 2301-4075, e-ISSN: 2716-3849. STIE Muhammadiyah Jakarta
11	Rizky Adhitya Nugraha (2020) <i>Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Nilai Perusahaan</li> <li>• Perusahaan industri manufaktur</li> <li>• Analisis data: regresi data panel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Leverage</i>, Likuiditas, Ukuran Perusahaan</li> </ul>	Profitabilitas memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>leverage</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, likuiditas memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan	Jurnal <i>Mirai Management</i> , Volume 5 No. 2 2020, e-ISSN: 2597-4084, Universitas Andalas

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
				memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.	
12	Suci Anggraini dan Rosalia Nansih Widhiastuti (2020), <i>Analisis Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Leverage, dan Aktivitas Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor Pertambangan di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Nilai Perusahaan.</li> <li>• Analisis data: regresi data panel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Likuiditas, Leverage, Aktivitas Perusahaan.</i></li> <li>• ROA</li> <li>• Lokasi: Perusahaan sektor pertambangan</li> </ul>	Secara parsial profitabilitas dengan indikator <i>return on assets</i> (ROA) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara simultan profitabilitas, <i>likuiditas, leverage,</i> dan aktivitas perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Kompleksitas, Vol.9 No. 1, Juni 2020: Hal 1-10, LPPM ITB Swadharma.
13	Umar, Rasmi Nur Anggraeni, dan Sri Haryani (2020), <i>The Influence of Capital Structure and Profitability on Firm Value on Property and Real Estate Sector in Indonesia Stock Exchange.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur Modal, Profitabilitas, Nilai Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analisis data: <i>Path analysis</i></li> <li>• Menggunakan AMOS 21.0</li> <li>• Lokasi: <i>Property and real estate</i></li> </ul>	Secara parsial maupun secara simultan, struktur modal dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	<i>International Journal of Health, Economics, and Social Sciences</i> (IJHESS), Vol.2 No. 3, July 2020: Hal 184-195, eISSN: 2685-6689

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
14	Budi Sasongko (2019) pada penelitian mengenai <i>The Effect of Debt Equity Ratio, Dividend Payout Ratio, and Profitability on Firm Value.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DER, Profitabilitas, Nilai Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DPR</li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> </ul>	<i>Debt Equity Ratio (DER)</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.	<i>The International Journal of Business Management and Technology</i> , Vol. 3 No. 5, September-Oktober 2019, Hal 104-109, ISSN: 2581-3889
15	I Gusti Ayu Diah Novita Yanti dan Ni Putu Ayu Darmayanti (2019), <i>Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Struktur Modal, dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Makanan dan Minuman.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Struktur Modal, Nilai Perusahaan</li> <li>• Perusahaan Makanan dan Minuman di BEI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan, Likuiditas</li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> </ul>	Profitabilitas, ukuran perusahaan, struktur modal, dan likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2017.	E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 4, 2019: 2297-2324, ISSN 2302-8912, Universitas Udayana, Bali
16	Zahra Ramdhonah, Ikin Solikin, Maya Sari (2019), <i>Pengaruh Struktur Modal, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Struktur Modal, Profitabilitas, Nilai Perusahaan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan.</li> <li>• Perusahaan pertambahan di BEI</li> </ul>	Secara parsial struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan	Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan, volume 7 (1), 2019, Hal. 67-82, ISSN (online): 2541-061X ISSN (print): 2338-1507, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2017).</i>			perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Serta secara simultan ditemukan bahwa struktur modal, ukuran perusahaan, pertumbuhan perusahaan, dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	
17	Nila Izatun Nafisah, Abdul Halim, dan Ati Retna Sari (2018), <i>Pengaruh Return on Assets (ROA), Debt to Equity Ratio (DER), Current Ratio (CR), Return on Equity (ROE), Price Earning Ratio (PER), Total Assets Turnover (TATO), dan Earning Per Share (EPS)</i>	• DER, Nilai Perusahaan	ROE,	• ROA, CR, PER, TATO, EPS  • Analisis data: regresi linier berganda	<i>Return On Equity (ROE)</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan <i>Debt To Equity Ratio (DER)</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.  Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi, Vol. 6 No. 2, Oktober 2018: Hal 1-17, ISSN: 2337-5663 Universitas Kanjuruha Malang

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
	<i>terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2015.</i>				
18	Bulan Oktrima (2017), <i>Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris: PT Mayora Indah Tbk Tahun 2011-2015).</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Struktur Modal, Nilai Perusahaan</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Likuiditas</i></li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> <li>• PT Mayora Indah Tbk</li> </ul>	Secara parsial profitabilitas dan struktur modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara simultan profitabilitas, likuiditas, dan struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Sekuritas, Vol. 1 No. 1, September 2017: Hal 98-107, ISSN: 2581-2696, Universitas Pamulang
19	Eka Indriyani (2017), <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Nilai Perusahaan</li> <li>• Perusahaan Makanan dan Minuman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan</li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> </ul>	Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Secara simultan, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Akuntabilitas : Jurnal Ilmu Akuntansi, Vol. 10 (2), Oktober 2017 Hal. 333-348, PISSN: 1979-858X; EISSN: 2461-1190, STIE Panca Bhakti Palu.

No.	Judul dan Penulis	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber Referensi
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
20	Ni Luh Surpa Dewantari, Wayan Cipta, Gede Putu Agus Jana Susila (2019), <i>Pengaruh Ukuran Perusahaan, dan Leverage Serta Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverages Di BEI.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profitabilitas, Nilai Perusahaan</li> <li>• Perusahaan Makanan dan Minuman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i></li> <li>• Analisis data: regresi linier berganda</li> </ul>	Secara simultan ukuran perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan <i>leverage</i> berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Prospek, Vol. 1 No. 2, Desember 2019, P-ISSN: 2685-5526, Universitas Pendidikan Ganesha, Singaraja

## 2.2 Kerangka Pemikiran

Mempertahanan perusahaan merupakan hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan, terutama menyangkut dengan kesejahteraan para pemegang saham yang digambarkan melalui nilai perusahaan. Apabila nilai saham meningkat maka nilai perusahaan akan meningkat pula, begitupun sebaliknya. Sehingga akan berdampak pada meningkatnya nilai para pemegang saham tersebut. Dengan nilai perusahaan yang tinggi akan membuaat pasar semakin

percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut akan dijual, semakin tinggi nilai perusahaan maka semakin besar pula kemakmuran yang akan diterima oleh pemilik perusahaan (Husna & Pudjiastuti, 2015). Menurut Thomas (2011) nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh pembeli apabila suatu perusahaan akan dijual. Pengukuran nilai perusahaan sangat penting dilakukan sebagai tolak ukur yang digunakan oleh para investor sebagai bahan pertimbangan untuk menginvestasikan dananya pada suatu perusahaan. Oleh karena itu nilai perusahaan yang baik sangatlah penting untuk dapat menarik perhatian dari para investor atau stakeholder lainnya.

Dalam penelitian kali ini nilai perusahaan diukur dengan menggunakan *Price to Book Value* (PBV). Rasio ini digunakan sebagai indikator nilai perusahaan karena PBV menunjukkan seberapa besar nilai pasar menghargai nilai buku saham perusahaan tersebut. Menurut Franita (2018) *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu indikator dalam nilai perusahaan yang menggambarkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku saham suatu perusahaan. PBV merupakan perbandingan dari harga suatu saham dengan nilai buku. PBV menunjukkan seberapa jauh sebuah perusahaan mampu menciptakan nilai perusahaan dengan jumlah modal yang di investasikan. Rasio PBV menunjukkan tingkat keberhasilan perusahaan menciptakan nilai bagi pemegang saham.

Menurut Kolter dan Nance (2005), *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah komitmen perusahaan terhadap lingkungan sebagai wujud kepedulian dan tanggung jawab sosial dengan meningkatkan kesejahteraan melalui praktik dan sumber daya perusahaan. Dalam penelitian ini CSR diukur dengan menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Menurut As'ad Mauludy (2018), GRI merupakan suatu badan sekaligus pencetus standar pelaporan berkelanjutan pertama yang berlaku secara global yang dinamakan dengan GRI Standard. Indikator kinerja dalam GRI G4 dibagi menjadi 3 kategori utama, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial. CSR mencerminkan teori *stakeholder* yang membahas tanggung jawab perusahaan terhadap lingkungan dan sosial perusahaan.

Menurut Freeman (2010), teori *stakeholder* merupakan konsep manajemen strategis yang nantinya dapat membantu perusahaan atau badan usaha memperkuat hubungan dengan pihak eksternal dan mengembangkan keunggulannya dalam bersaing. Teori *stakeholder* menekankan pentingnya memperhatikan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam perusahaan, bukan hanya pemegang saham. CSR dipandang sebagai cara untuk memenuhi harapan dan kebutuhan dari berbagai pemangku kepentingan (*stakeholders*) termasuk karyawan, masyarakat, dan lingkungan.

Berdasarkan teori diatas dapat disimpulkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Karena hal ini membuktikan bahwa melalui pelaksanaan CSR yang informasinya diungkapkan dalam laporan tahunan maupun laporan berkelanjutan merupakan salah satu nilai lebih bagi pertimbangan

keputusan investasi oleh investor. Hal tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Zuanita Adhibah Turrohma dan Bambang Sudiyatno (2023) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irdawati, Dirvi Surya Abbas, Imam Hidayat, Danel Rahandri (2022) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Rasio selanjutnya yang diindikasikan dapat memengaruhi nilai perusahaan adalah rasio profitabilitas. Profitabilitas merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. (Hery, 2016). Dalam penelitian ini profitabilitas diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). ROE merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham dan merupakan alat yang paling sering digunakan investor dalam pengambilan keputusan investasi. Menurut Sutedi (2011), ROE menunjukkan keberhasilan atau kegagalan pihak manajemen dalam memaksimalkan tingkat hasil pengembalian investasi pemegang saham dan menekan pada hasil pendapatan sehubungan dengan jumlah yang diinvestasikan.

Teori yang digunakan pada rasio profitabilitas adalah teori sinyal (*signalling theory*). Teori sinyal menjelaskan motivasi perusahaan untuk berbagi informasi pelaporan keuangan dengan pihak internal dan eksternal. Motivasi ini disebabkan adanya informasi antara pihak luar dan manajemen, informasi disebabkan karena perusahaan menerima lebih banyak informasi tentang perusahaan dan prospek

masa depan dari pihak luar yaitu investor dan kreditur (Pradita, 2019). Teori sinyal, yang juga dikenal sebagai teori sinyal ekonomi atau teori sinyal informasi, cocok untuk menjelaskan konsep rasio profitabilitas dalam konteks komunikasi antara perusahaan dan pemangku kepentingan eksternal, terutama investor. Teori sinyal ini memiliki relevansi dalam menjelaskan bagaimana perusahaan menggunakan rasio profitabilitas sebagai sinyal atau indikator untuk mengomunikasikan informasi tentang kinerja keuangannya kepada pemangku kepentingan eksternal, khususnya investor.

Dari teori di atas dapat disimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Gisa Anugrah Dessriadi, Harsuti, Siti Muntahanah, dan Tjahjani Murdijaningsih (2022) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hersintha Sahara, Kartika Hendra Titisari, dan Purnama Siddi (2022) yang menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

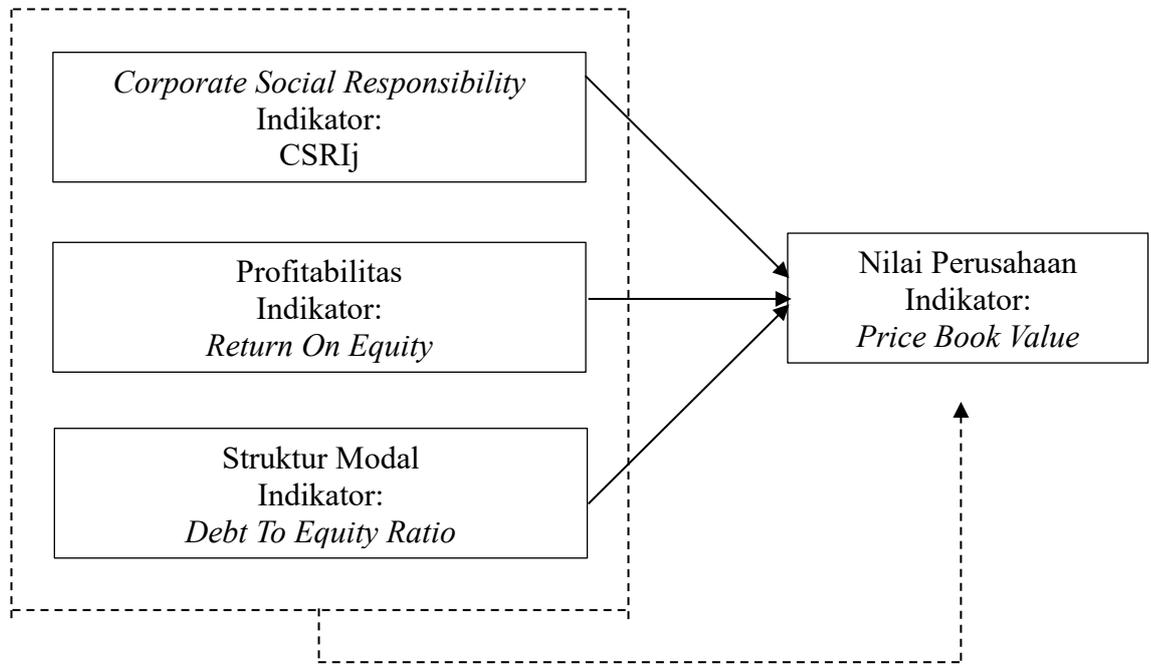
Menurut Brigham (2011), struktur modal adalah perbandingan atau imbalan pendanaan jangka panjang perusahaan yang ditunjukkan oleh perbandingan hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Pemenuhan kebutuhan dana perusahaan dari sumber modal sendiri berasal dari modal saham, laba ditahan, dan cadangan. Menurut Mustafa (2017), struktur modal merupakan pertimbangan antara jumlah hutang jangka pendek bersifat permanen, hutang jangka panjang, saham preferen dan saham biasa. Dalam penelitian ini struktur modal diukur dengan

menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER). DER menunjukkan perbandingan antara utang dengan modal sendiri. Menurut Aziz dkk (2015: 257), DER merupakan rasio hutang yang digambarkan dengan perbandingan antara seluruh hutang, baik hutang jangka panjang maupun hutang jangka pendek dengan modal perusahaan sendiri.

Teori yang digunakan pada rasio struktur modal adalah *trade-off theory* (teori pertukaran). Teori ini menjelaskan berapa banyak modal yang dipinjam perusahaan dan berapa banyak ekuitas yang dibutuhkan perusahaan untuk menyeimbangkan biaya dan keuntungan (Turrohma, 2023). *Trade-off theory* pada struktur modal merupakan keuntungan pada pertukaran antara keuntungan dan kerugian menggunakan hutang dan mengasumsikan bahwa struktur modal suatu perusahaan mencapai keseimbangan antara manfaat penggunaan hutang, kesulitan keuangan, dan biaya agensi.

Dari teori diatas dapat disimpulkan bahwa, teori *trade-off* untuk menyeimbangkan manfaat dan biaya penggunaan modal hutang dalam struktur modal. Struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Hersintha Sahara, Kartika Hendra Titisari, dan Purnama Siddi (2022) menunjukkan bahwa struktur Modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Umar, Rasmi Nur Anggraeni, dan Sri Haryani (2020) yang menunjukkan bahwa secara parsial maupun secara simultan, struktur modal berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dibuat kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut:

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
3. Struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.
4. *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan Struktur Modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan