

# **BISNIS FOOD AND BEVERAGE DI INDONESIA**

**Dr. Triyonowati, M.Si.**



**pena persada**  
**PENERBIT CV. PENA PERSADA**

# **BISNIS FOOD AND BEVERAGE DI INDONESIA**

**Penulis:**

Dr. Triyonowati, M.Si.

**ISBN:** 978-623-455-158-7

**Design Cover:**

Retnani Nur Brilliant

**Layout:**

Hasnah Aulia

**Penerbit CV. Pena Persada**

**Redaksi :**

Jl. Gerilya No. 292 Purwokerto Selatan, Kab. Banyumas  
Jawa Tengah

Email : [penerbit.penapersada@gmail.com](mailto:penerbit.penapersada@gmail.com)

Website : [penapersada.com](http://penapersada.com) Phone : (0281) 7771388

**Anggota IKAPI**

All right reserved

Cetakan pertama : 2022

Hak Cipta dilindungi oleh undang-undang. Dilarang memperbanyak karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin penerbit

## **ABSTRAK**

Nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap aset perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi menunjukkan nilai perusahaan juga tinggi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara komite audit, struktur modal, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 15 perusahaan yang bergerak di bidang food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Sampel ditentukan secara purposive sampling yaitu 10 perusahaan yang bergerak dibidang food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2011 sampai 2015. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, menunjukkan bahwa komite audit, struktur modal, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan food and beverages yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

**Kata kunci:** manajemen keuangan, firm value, sustainability management.

## **KATA PENGANTAR**

Dalam era globalisasi persaingan industri manufaktur semakin mengalami peningkatan. Banyaknya pertambahan perusahaan industri yang didirikan serta kondisi perekonomian saat ini menjadikan persaingan dalam industri semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dan strategi agar terhindar dari kebangkrutan. Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang terdiri dari beberapa orang untuk mencapai visi dan misi secara bersama peningkatan nilai perusahaan itu sendiri dapat dilihat dari peningkatan kemakmuran manajer dan kemakmuran pemegang saham atau stakeholder dan tak lupa juga di imbangi dengan meningkatnya profit dari perusahaan tersebut.

Perusahaan yang sudah go public mempunyai tujuan utama, yaitu menghasilkan laba serta meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruknya manajemen dalam mengelola kekayaannya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya keterbatasan-keterbatasan yang ada untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan buku. Penulis berharap supaya buku ini bermanfaat sebagai bahan masukan, acuan maupun sebagai tambahan ilmu.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	7
BAB II TINJAUAN TEORETIS.....	16
A. Teori Keagenan.....	16
B. Legitimacy theory.....	18
C. Nilai Perusahaan.....	20
D. Komite Audit ( <i>Audit Committee</i> ).....	22
E. Struktur Modal.....	23
F. Ukuran Perusahaan.....	25
G. Kinerja Keuangan.....	27
H. CSR ( <i>Corporate Social Responsibility</i> ).....	29
I. Kerangka model dan pengembangan hipotesis penelitian.....	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel.....	37
C. Teknik Analisis Data.....	39
D. Analisis Dan Pembahasan.....	40
BAB IV PEMBAHASAN.....	51
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	54
DAFTAR PUSTAKA.....	55
PROFIL PENULIS.....	61

# **BISNIS FOOD AND BEVERAGE DI INDONESIA**

## BAB I PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi persaingan industri manufaktur semakin mengalami peningkatan. Banyaknya penambahan perusahaan industri yang didirikan serta kondisi perekonomian saat ini menjadikan persaingan dalam industri semakin ketat. Perusahaan berlomba-lomba untuk melakukan inovasi dan strategi agar terhindar dari kebangkrutan. Perusahaan merupakan sebuah organisasi yang terdiri dari beberapa orang untuk mencapai visi dan misi secara bersama peningkatan nilai perusahaan itu sendiri dapat dilihat dari peningkatan kemakmuran manajer dan kemakmuran pemegang saham atau *stakeholder* dan tak lupa juga diimbangi dengan meningkatnya profit dari perusahaan tersebut.

Perusahaan yang sudah *go public* mempunyai tujuan utama, yaitu menghasilkan laba serta meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruknya manajemen dalam mengelola kekayaannya. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Investor dapat mengetahui nilai suatu perusahaan atau suatu sektor industri dilihat dari harga saham perusahaan tersebut. Tinggi rendahnya harga saham

mempengaruhi nilai perusahaan di mata para investor. Nilai perusahaan dapat menggambarkan keadaan perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satu tolok ukur dalam menentukan nilai perusahaan adalah dengan melihat rasio *price to book value* (PBV). PBV mencerminkan nilai yang dapat diciptakan oleh perusahaan bagi para pemegang saham atas setiap dana yang diinvestasikannya dalam perusahaan. Perusahaan dengan rasio PBV yang tinggi menunjukkan perusahaan berhasil dalam menciptakan nilai bagi pemegang saham yang ditunjukkan dari nilai saham yang tinggi. Sebaliknya rasio PBV yang rendah akan mencerminkan nilai saham yang rendah (Wirianata, 2019).

Faktor lain yang dapat meningkatkan nilai perusahaan adalah melalui tata kelola perusahaan yang baik atau *good corporate governance* (GCG). GCG adalah seperangkat peraturan yang mengatur hubungan antara pemegang saham, pengelola perusahaan, pihak kreditor, pemerintah, karyawan serta pemegang kepentingan intern dan ekstern lainnya yang berkaitan dengan hak-hak dan kewajiban mereka, atau dengan kata lain suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan. GCG merupakan suatu sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan yang diharapkan dapat memberikan dan meningkatkan nilai perusahaan kepada para pemegang saham. Salah satu bentuk mekanisme GCG adalah komite audit.

Keberadaan komite audit merupakan suatu komite yang beranggotakan beberapa anggota komisaris dan bisa juga berasal dari kalangan luar dengan berbagai keahlian, kualitas, dan pengalaman yang dibutuhkan. Tugas komite audit adalah melakukan fungsi pengawasan dalam



penyajian laporan maupun dalam kepatuhan regulasi perusahaan guna membantu dewan komisaris. Semakin banyak jumlah komite audit maka akan semakin baik pengawasan terhadap penyajian laporan sehingga dapat menghindari manipulasi dalam pelaporan. Dengan menghindari manipulasi pelaporan keuangan maka akan semakin meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Fajari dan Isyuardhana (2019) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian Syah dan Triyonowati (2018) serta Marini dan Marina (2017) menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli apabila perusahaan tersebut dijual. Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor. Investor dalam melakukan keputusan investasi di pasar modal memerlukan informasi tentang penilaian saham. Saham merupakan salah satu surat berharga yang dikeluarkan oleh perusahaan, tinggi rendahnya harga saham banyak dipengaruhi oleh kondisi emiten. Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik saham perusahaan, karena nilai yang tinggi juga menunjukkan kemakmuran pemegang saham yang tinggi. Penilaian prestasi perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan dalam menyejahterahkan pemegang saham dengan peningkatan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan juga dapat ditingkatkan melalui struktur modal perusahaan. Struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu

antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang dan modal sendiri (Fahmi, 2017). Struktur modal merupakan komponen yang penting bagi perusahaan karena baik buruknya struktur modal akan mempunyai dampak langsung terhadap posisi keuangan perusahaan yang pada akhirnya akan mempengaruhi nilai perusahaan. Kesalahan dalam menentukan struktur modal akan mempunyai dampak yang luas, terutama apabila perusahaan terlalu besar dalam melakukan pinjaman kepada kreditur, karena beban yang harus ditanggung perusahaan semakin besar pula. Penelitian mengenai pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan juga dilakukan oleh Tarmiji (2019), serta Khasana dan Triyonowati (2019) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil penelitian Thaib (2017) serta Tiana dan Triyonowati (2020) menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal (*capital structure*) merupakan suatu bauran atau proporsi pembiayaan jangka panjang permanen perusahaan yang dapat diwakili oleh utang, saham preferen, dan ekuitas saham biasa (Machowicz dan Home, 2013). Struktur modal yang menunjukkan perbandingan antara modal eksternal jangka panjang dengan modal sendiri, merupakan aspek yang penting bagi setiap perusahaan karena mempunyai efek langsung terhadap posisi finansial perusahaan. Berdasarkan teori struktur modal, apabila posisi struktur modal berada di atas target struktur modal optimalnya, maka setiap penambahan utang akan menurunkan nilai perusahaan. Penggunaan utang sebagai sumber pendanaan perusahaan memiliki keuntungan dan kerugian. Keuntungan penggunaan utang

diperoleh dari pajak (bunga hutang adalah pengurangan pajak) dan disiplin manager (kewajiban membayar hutang menyebabkan disiplin manajemen), sedangkan kerugian penggunaan hutang berhubungan dengan timbulnya biaya keagenan dan biaya kepailitan. Dalam struktur modal menggunakan pengukuran rasio DER (*debt equity ratio*) untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban untuk membayar hutangnya dengan jaminan modal sendiri. Semakin tinggi rasio DER (*debt equity ratio*) berarti modal sendiri yang digunakan semakin sedikit dibanding dengan hutangnya. Rasio ini digunakan untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan oleh kreditur dengan pemilik perusahaan.

Pada penelitian Hermuningsih (2013) menunjukkan bahwa struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Pada penelitian Dewi dan Ary (2013) menunjukkan bahwa struktur modal dan ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, pada penelitian Prasetya *et al.*, (2014) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Selain itu, faktor yang dapat menentukan nilai perusahaan adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan, ataupun hasil nilai total *asset* yang dimiliki perusahaan (Riyanto, 2011). Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya, jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Perusahaan yang besar lebih diminati daripada perusahaan kecil. Sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai

perusahaan. Perusahaan yang tumbuh cepat juga menikmati keuntungan dari citra positif yang diperoleh, akan tetapi perusahaan harus ekstra hati-hati, karena kesuksesan yang diperoleh menyebabkan perusahaan menjadi rentan terhadap adanya isu negatif.

Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari total *asset* yang dimiliki oleh perusahaan, total *asset* dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan (Wuryatiningsih, 2002 dalam Istiningdiah, 2012). Jika perusahaan memiliki total *asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut.

Nilai perusahaan juga dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan profitabilitas. Profitabilitas yang tinggi menandakan perusahaan dalam keadaan yang baik dan efisien sehingga akan menarik investor untuk berinvestasi yang pada akhirnya nilai perusahaan juga akan meningkat. Rasio profitabilitas menurut Jumingan (2014) merupakan rasio yang bertujuan mengukur efisiensi aktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Profitabilitas pada penelitian ini diproksikan dengan *return on equity*, *Return on equity* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. Penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan juga dilakukan oleh Tarmiji (2019), Khasana dan Triyonowati (2019), serta Amalia dan Triyonowati (2020) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *return on equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, namun hasil

penelitian Thaib (2017) menunjukkan bahwa *return on equity* berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Disamping kinerja keuangan faktor lain yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk dapat memenuhi kepentingan *stakeholders* dan menjamin keberlangsungan perusahaan jangka panjang. *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan. Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non- keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Wijayanti, 2011). CSR dianggap dapat menegaskan *brand differentiation* perusahaan, sarana untuk memperoleh *license to operate*, baik dari pemerintah maupun masyarakat, serta sebagai *strategy risk management* perusahaan.

Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial, dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan *stakeholders* lainnya. Pengungkapan tersebut bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholders* lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan *corporate social responsibility* (CSR): lingkungan dan sosial, dalam setiap aspek kegiatan operasinya. Selain itu,

perusahaan juga dapat memperoleh legitimasi dengan memperlihatkan tanggung jawab sosial melalui pengungkapan CSR dalam media termasuk dalam laporan tahunan perusahaan. Semakin banyak bentuk pertanggung jawaban yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungannya, *image* perusahaan menjadi meningkat. Para investor juga akan lebih berminat kepada perusahaan yang mempunyai citra yang baik, semakin baik citra perusahaan maka loyalitas konsumen semakin tinggi sehingga dalam waktu penjualan perusahaan akan membaik dan profitabilitas perusahaan juga meningkat (Maryanti, 2017)

*Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sama dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada *single bottom line*, yaitu nilai perusahaan (*corporate value*) yang direfleksikan dalam kondisi keuangan (*financial*) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada *triple bottom line*. Di sini *bottom lines* lainnya selain *financial* juga ada sosial dan lingkungan, karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (*sustainable*). Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana reaksi masyarakat sekitar, diberbagai tempat serta waktu yang berbeda akan muncul kepermukaan terhadap perilaku perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya (Kusumadilaga, 2010).

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah: (1) Apakah komite audit berpengaruh

signifikan terhadap perusahaan *food and beverages*? (2) Apakah struktur modal berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages*? (3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages*? (4) Apakah kinerja keuangan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages*? dan (5) Apakah CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan *food and beverages* ?. Berdasarkan perumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah: (1) Untuk mengetahui pengaruh komite audit, struktur modal, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR terhadap nilai perusahaan *food and beverages* tahun 2011-2015.

## BAB II TINJAUAN TEORETIS

### A. Teori Keagenan

Problem keagenan (*agency problem*) menurut Yuniningsih (2018:7) adalah masalah yang terjadi antara pemegang saham (pemilik perusahaan atau *principal*) dengan manajer perusahaan yang berlaku sebagai agen. Hal ini terjadi salah satunya disebabkan karena pihak *principal* tidak memiliki saham mayoritas perusahaan. Problem keagenan timbul karena pengendalian perusahaan dewasa ini sering diserahkan kepada manajer profesional yang bukan pemilik perusahaan. Ketidakmampuan pemilik perusahaan karena keterbatasan dalam mengendalikan perusahaan yang semakin besar dan kompleks. Pemilik perusahaan memberikan wewenang sepenuhnya kepada agen dalam menjalankan dan mengambil setiap keputusan terbaik yang menguntungkan perusahaan.

Secara teoritis hampir semua manajer keuangan setuju terhadap tujuan untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik perusahaan. Tetapi dalam kenyataan sering terjadi perbedaan kepentingan, dimana para manajer berkepentingan terhadap kepentingan pribadi dan bukan berdasar kepentingan pemilik saham. Berbagai kepentingan pribadi tersebut misalkan menetapkan gaji yang besar bagi dirinya, menambah fasilitas eksekutif. Berdasar kepentingan pribadi tersebut pula memungkinkan pihak manajer kurang berani mengambil keputusan yang berisiko melainkan mengambil jalan tengah yaitu meminumkan kerugian



potensial dari pemilik perusahaan.

Teori keagenan (*agency theory*) menurut Harmono (2018) dapat menjelaskan kesenjangan antara manajemen sebagai *agent* dan para pemegang saham sebagai *principal* atau pendelegator. Dalam hal ini, *principal* yang mendelegasi pekerjaan kepada pihak lain sebagai agen untuk melaksanakan tugas pekerjaan. Teori keagenan menunjukkan bahwa kondisi informasi yang tidak lengkap dan penuh ketidakpastian akan memunculkan masalah keagenan, yaitu *adverse selection* dan *moral hazard*. *Adverse selection* adalah kondisi yang menunjukkan posisi *principal* tidak mendapatkan informasi secara cermat mengenai kinerja manajemen yang telah menerapkan pembayaran gaji bagi agen (manajemen) atau program kompensasi lain. *Moral hazard* berkaitan dengan kondisi *principal* tidak mendapatkan kepastian bahwa agen telah berupaya bekerja maksimal untuk kepentingan pemilik. Hubungan antara *principal* dan agen membutuhkan adanya penengah untuk mendapatkan informasi simetris guna mendukung pengambilan kebijakan secara fair, dalam konteks ini adalah auditor independen yang menegakkan format pelaporan keuangan standar berbasis nilai akuntansi. Oleh karena itu, dibutuhkan kecermatan pelaporan data keuangan yang dapat memberikan wawasan informasi yang simetris antara manajemen dan *principal*.

Penerapan konsep *corporate governance* diharapkan memberikan kepercayaan terhadap agen (manajemen) dalam mengelola kekayaan pemilik (investor), dan pemilik menjadi lebih yakin bahwa agen tidak akan melakukan suatu kecurangan untuk kesejahteraan agen. Masalah keagenan yang muncul antara *principal* dan *agent* mendorong penerapan *good corporate governance* yang

diharapkan dapat meminimalkan potensi kecurangan (Manossoh, 2016).

## **B. Legitimacy theory**

*Legitimacy theory* perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Haniffa et al., dalam Permanasari, 2010). Legitimasi masyarakat merupakan faktor strategis bagi perusahaan dalam rangka mengembangkan perusahaan ke depan. Hal itu dapat dijadikan sebagai wahana untuk mengonstruksi strategi perusahaan, terutama terkait dengan upaya memposisikan diri di tengah lingkungan masyarakat yang semakin maju. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup, (Cecilia, 2016). Oleh karena itu perusahaan semakin menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan juga tergantung dari hubungan perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan tersebut menjalankan setiap aktivitasnya. Jika terjadi ketidakselarasan antara sistem nilai perusahaan dan sistem nilai masyarakat, maka perusahaan akan kehilangan legitimasinya dan selanjutnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan. Keselarasan antara tindakan organisasi dan nilai-nilai masyarakat ini tidak selamanya berjalan seperti yang diharapkan. Tidak jarang akan terjadi perbedaan potensial antara organisasi dan nilai-nilai sosial yang dapat mengancam legitimasi perusahaan bahkan dapat

membuat perusahaan tersebut ditutup.

Suchman (dalam Permanasari, 2010) memberikan definisi mengenai *organisational legitimacy* sebagai berikut: *Legitimacy is a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions.* Ini berarti bahwa *society judge* organisasi berdasarkan atas *image* (citra) yang akan perusahaan ciptakan untuk perusahaan itu sendiri. Selanjutnya organisasi dapat menetapkan legitimasi mereka dengan memadukan antara kinerja perusahaan dengan ekspektasi atau persepsi publik.

Ketika terdapat kesenjangan antara pengharapan dari masyarakat dan perilaku sosial perusahaan, maka akan muncul masalah. Barkemeyer (2007) mengungkapkan bahwa penjelasan tentang kekuatan teori legitimasi organisasi dalam konteks tanggung jawab sosial perusahaan di negara berkembang terdapat dua hal; pertama, kapabilitas untuk menempatkan motif maksimalisasi keuntungan membuat gambaran lebih jelas tentang motivasi perusahaan memperbesar tanggung jawab sosialnya. Kedua, legitimasi organisasi dapat untuk memasukkan faktor budaya yang membentuk tekanan institusi yang berbeda dalam konteks yang berbeda. Uraian ini menjelaskan bahwa teori legitimasi merupakan salah satu teori yang mendasari pengungkapan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

### C. Nilai Perusahaan

Perusahaan adalah suatu organisasi yang mengorganisasikan berbagai sumber daya dengan tujuan untuk memproduksi barang dan jasa untuk dijual. Perusahaan berdiri untuk menyerap sumber daya manusia sebagai tenaga kerja dan dijadikan sebagai pekerja sehingga para pemilik modal melakukan suatu kontrak dengan para pekerja tersebut untuk setiap produksi dan distribusi yang akan dilakukan. Tujuan utama perusahaan yang pertama adalah untuk mencapai keuntungan maksimal atau laba yang sebesar-besarnya. Tujuan perusahaan yang kedua adalah ingin memakmurkan pemilik perusahaan atau para pemilik perusahaan atau pemilik saham. Tujuan ketiga adalah memaksimalkan nilai perusahaan yang tercermin pada harga sahamnya.

Tujuan perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan disebut juga sebagai memaksimalkan kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham yang dapat diartikan juga sebagai memaksimalkan harga saham biasa dari perusahaan. Tujuan memaksimalkan nilai perusahaan ini digunakan sebagai pengukur keberhasilan perusahaan karena dengan meningkatnya nilai perusahaan berarti meningkatnya kemakmuran pemilik perusahaan atau pemegang saham perusahaan.

Nilai perusahaan menunjukkan nilai *asset* yang dimiliki perusahaan seperti surat-surat berharga (Harjito dan Martono 2013). Nilai perusahaan merupakan suatu yang berkaitan dengan harga saham menurut para investor. Harga saham tinggi membuat nilai perusahaan menjadi tinggi, dan sebaliknya. Harga saham harus dibuat seoptimal mungkin, yang berarti harga saham tidak boleh terlalu tinggi dan tidak boleh terlalu rendah. Apabila harga

saham tinggi maka tidak semua perusahaan menginginkan saham tersebut sehingga saham yang tinggi tidak laku dijual. Sedangkan, apabila harga saham rendah akan berdampak buruk pada citra perusahaan investor tersebut. Nilai dari perusahaan bergantung tidak hanya pada kemampuan menghasilkan arus kas tetapi bergantung pada karakter operasional perusahaan yang diambil alih. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar dari suatu ekuitas perusahaan ditambah nilai pasar hutang. Dengan demikian, penambahan dari jumlah ekuitas perusahaan dengan hutang perusahaan dapat mencerminkan nilai perusahaan.

Nilai perusahaan sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Salah satu tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaan adalah dengan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham (Sartono, 2010). Nilai perusahaan yang tinggi menjadi keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan nilai yang tinggi menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi.

Perhatian utama dari manajer keuangan untuk memberikan kemakmuran pemegang saham atau pemilik perusahaan, dengan itu dapat mempertahankan tingginya harga saham. Manajer harus berusaha ke arah itu untuk mendorong masyarakat agar bersedia menanamkan uangnya ke dalam perusahaan itu. Bagi perusahaan yang sudah *go public*, maka nilai perusahaan akan tercermin dari nilai pasar sahamnya. Sedangkan, bagi perusahaan yang belum *go public*, maka nilai perusahaan adalah nilai yang terjadi apabila perusahaan tersebut dijual.

Aspek-aspek sebagai pedoman perusahaan untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Haruman, 2008) adalah (1) Membayarkan dividen, yaitu pembagian laba kepada para pemegang saham oleh perusahaan sehingga dividen harus sesuai dengan kebutuhan perusahaan maupun kebutuhan para pemegang saham. (2) Mengusahakan pertumbuhan, apabila perusahaan dapat mengembangkan penjualan, hal ini dapat berakibat terjadinya keselamatan usaha di dalam persaingan pasar sehingga perusahaan yang akan berusaha memaksimalkan nilai perusahaan harus secara terus menerus mengusahakan pertumbuhan dari penjualan dan penghasilannya. (3) Menghindari risiko yang tinggi, apabila perusahaan sedang melaksanakan operasi berjangka panjang, maka harus dihindari tingkat risiko yang tinggi.

#### **D. Komite Audit (*Audit Committee*)**

Kusmayadi *et al.*, (2019), *agency theory* memprediksikan bahwa pembentukan komite audit merupakan cara untuk menyelesaikan *agency problems*. Hal ini dikarenakan fungsi utama komite audit adalah mereview pengendalian internal perusahaan, memastikan kualitas laporan keuangan, dan meningkatkan efektivitas fungsi audit. Dengan membantu pembentukan pengendalian internal yang baik, komite audit dapat memperbaiki kualitas keterbukaan. Dengan kata lain, komite audit melayani kepentingan pemegang saham dengan melindungi hak-haknya melalui pengawasan terhadap perilaku *agent*.

Jumlah anggota komite audit menurut Kusmayadi *et al.*, (2019) harus disesuaikan dengan kompleksitas perusahaan dengan tetap memperhatikan efektifitas dalam pengambilan keputusan. Bagi perusahaan yang

sahamnya tercatat di bursa efek, perusahaan negara, perusahaan daerah, perusahaan yang menghimpun dan mengelola dana masyarakat, perusahaan yang produk atau jasanya digunakan oleh masyarakat luas, serta perusahaan yang mempunyai dampak luas terhadap kelestarian lingkungan. Komite Audit diketuai oleh Komisaris Independen dan anggotanya dapat terdiri dari Komisaris dan atau pelaku profesi dari luar perusahaan. Salah seorang anggota memiliki latar belakang dan kemampuan akuntansi dan atau keuangan.

Fungsi komite audit menurut Kusmayadi *et al.*, (2019:87) adalah: (1) Komite audit bertugas membantu dewan komisaris untuk memastikan bahwa laporan keuangan disajikan secara wajar sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum, struktur pengendalian internal perusahaan telah dapat dilaksanakan dengan baik, pelaksanaan audit internal maupun eksternal telah dilaksanakan sesuai dengan standar audit yang berlaku, serta tindak lanjut temuan hasil audit dilaksanakan oleh manajemen, (2) Komite audit memproses calon auditor eksternal termasuk imbalan jasanya untuk disampaikan kepada dewan komisaris.

## **E. Struktur Modal**

Struktur modal merupakan perimbangan atau perbandingan antara modal asing dan modal sendiri (Margaretha, 2011). Modal asing diartikan dalam hal ini adalah hutang baik jangka panjang maupun jangka pendek. Sedangkan modal sendiri bisa terbagi atas laba ditahan dan bisa juga dengan penyertaan kepemilikan perusahaan. Pada dasarnya, keputusan pendanaan (*financing*) perusahaan berkaitan dengan penentuan sumber-sumber dana yang digunakan untuk membiayai

usulan-usulan investasi yang telah diputuskan sebelumnya.

Teori struktur modal dengan beberapa asumsi adalah tidak ada pajak, investor dapat meminjam pada tingkat yang sama dengan perusahaan, informasi selalu tersedia bagi semua investor dan dapat diperoleh tanpa biaya dan EBIT tidak berpengaruh terhadap penggunaan hutang. Struktur modal terdiri dari beberapa komponen (Prihadi, 2013) adalah: (1) Hutang jangka panjang merupakan hutang yang memiliki jatuh tempo untuk pelunasan lebih dari 1 tahun. (2) Modal pemegang saham, terdiri dari saham preferen dan saham biasa. Saham preferen adalah saham yang pemiliknya akan memiliki hak lebih dibandingkan hak pemilik saham biasa, sedangkan saham biasa adalah suatu sertifikat yang berfungsi sebagai bukti kepemilikan suatu perusahaan dengan berbagai aspek-aspek penting bagi perusahaan.

Pemenuhan kebutuhan dana tersebut dapat disediakan atau diperoleh dari sumber internal maupun eksternal perusahaan. Apabila perusahaan memenuhi kebutuhan-kebutuhan dananya dari sumber internal, maka perusahaan tersebut melakukan pendanaan internal (*internal financing*) adalah sumber dana yang dihasilkan sendiri oleh perusahaan yaitu laba ditahan (*retained earnings*) dan akumulasi depresiasi (*depreciations*). Sebaliknya, jika perusahaan memenuhi kebutuhan dananya dari sumber eksternal, maka perusahaan tersebut melakukan pendanaan eksternal (*external financing*) adalah dana yang berasal dari kreditur dan investor. Pendanaan yang berasal dari kreditur adalah pendanaan yang berasal modal asing. Sedangkan, pendanaan dari investor adalah pendanaan yang berasal dari modal sendiri. Penempatan pendanaan perusahaan perlu diperhatikan untuk



menentukan struktur modalnya, yaitu dengan menggunakan dana dari luar perusahaan berupa hutang jangka panjang atau menerbitkan saham yang lebih banyak. Pertimbangan investor sebelum berinvestasi adalah melihat struktur modal perusahaan tersebut. Ada beberapa teori struktur modal yang dikemukakan menurut Hanafi (2013) adalah (1) Pendekatan tradisional, berpendapat akan adanya struktur modal yang optimal. Struktur modal optimal dan perusahaan dapat meningkatkan total perusahaan dengan menggunakan jumlah utang (*leverage* keuangan) tertentu. (2) Pendekatan Modigliani dan Miller, nilai perusahaan dengan hutang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai perusahaan tanpa hutang. (3) Teori *trade-off*, semakin tingginya hutang akan semakin tinggi kemungkinan (probabilitas) kebangkrutan. Semakin tinggi hutang, semakin besar bunga yang harus dibayarkan. Kemungkinan tidak membayar bunga yang tinggi akan semakin besar. (4) Teori *pecking order*, menyatakan bahwa perusahaan menyukai *internal financing*, karena dana ini terkumpul tanpa mengirim sinyal sebaliknya yang dapat menurunkan harga saham. (5) Teori *asymetric information*, ketidaksamaan informasi merupakan kondisi dimana pihak manajemen perusahaan memiliki lebih banyak informasi mengenai prospek perusahaan dibanding investor (Brigham dan Houston, 2011).

#### **F. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah peningkatan dari kenyataan bahwa perusahaan besar akan memiliki kapitalisasi pasar yang besar, nilai buku yang besar dan laba yang tinggi. Perusahaan yang ukurannya lebih besar memiliki peluang untuk mendapatkan sumber

pendanaan dari berbagai sumber, sehingga perusahaan yang lebih besar mampu memperoleh pinjaman dari kreditur akan lebih mudah karena perusahaan memiliki profitabilitas lebih besar.

Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan dalam penelitian dapat dilihat dengan menghitung seberapa besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan ini menggambarkan hak dan kewajiban serta permodalan perusahaan. Perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja. Disisi lain, perusahaan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar.

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan, ataupun hasil nilai total *asset* yang dimiliki perusahaan (Riyanto, 2011). Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya, jika penjualan lebih kecil daripada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Dalam hal ukuran perusahaan dilihat dari *total asset* yang dimiliki oleh perusahaan, yang dapat dipergunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki total *asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam mempergunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya.

Untuk menghitung nilai total *asset* biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, untuk itu variabel *asset* diperhalus menjadi *log*

*natural asset* atau *ln total asset*. Logaritma digunakan untuk memperhalus aset karena nilai dari aset tersebut yang sangat besar dibanding variabel keuangan lainnya. Semakin baik kualitas laporan keuangan maka akan semakin meyakinkan pihak eksternal dalam melihat kinerja keuangan perusahaan, yang tentunya pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan akan merasa puas dalam urusan di perusahaan (Fahmi, 2011). Ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Tingkat ukuran perusahaan ditunjukkan oleh perubahan volume penjualan yang menyebabkan adanya perubahan secara tidak proporsional dalam laporan laba rugi perusahaan. Salah satu tolok ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut.

Ukuran perusahaan sangat berpengaruh pada tiga faktor utama adalah (1) Besarnya total aktiva. (2) Besarnya hasil penjualan. (3) Besarnya kapitalisasi pasar. Namun, disamping faktor utama di atas ukuran perusahaan pun dapat ditentukan oleh faktor tenaga kerja, nilai pasar saham, *log size*, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi.

## **G. Kinerja Keuangan**

Pengukuran kinerja didefinisikan sebagai performing measurement yaitu kualifikasi dan efisiensi perusahaan atau segmen maupun keefektifan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi. Dengan demikian pengertian kinerja ialah suatu usaha formal yang dilaksanakan perusahaan untuk mengevaluasi efisiensi dan efektifitas dari aktifitas perusahaan yang telah dilakukan

pada periode tertentu. Pengukuran kinerja keuangan pada penelitian ini menggunakan rasio profitabilitas.

Rasio profitabilitas menurut Jumingan (2015) merupakan rasio yang bertujuan mengukur efisiensi aktivitas perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Sedangkan rasio profitabilitas menurut Hanafi dan Halim (2015) adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham yang tertentu. Rasio profitabilitas menurut Wahyudiono (2014) adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan.

Rasio profitabilitas memberikan banyak manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Rasio profitabilitas tidak hanya berguna bagi perusahaan saja, melainkan juga bagi pihak luar perusahaan. Menurut Hery (2015) tujuan dan manfaat rasio profitabilitas adalah: (1) Untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, (2) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, (3) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, (4) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total aset, (5) Untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas, (6) Untuk mengukur margin laba kotor atas penjualan bersih, (7) Untuk mengukur margin laba operasional atas penjualan bersih, (8) Untuk mengukur margin laba bersih atas penjualan bersih.

Rasio profitabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Return on Equity*. *Return on Equity* menurut Hery (2015) merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas penggunaan ekuitas perusahaan dalam menciptakan laba bersih. Dengan kata lain, rasio ini digunakan untuk mengukur seberapa besar jumlah laba bersih yang akan dihasilkan dari setiap rupiah dana yang tertanam dalam total ekuitas. *Return on Equity* dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

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

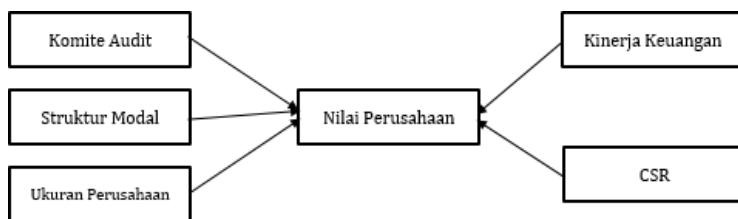
Kegiatan CSR dalam perusahaan merupakan komitmen perusahaan secara sukarela untuk turut meningkatkan kesejahteraan komunitas yang bukan merupakan aktifitas bisnis yang sekarang sudah diwajibkan oleh hukum dan perundang-undangan. *Corporate Social Responsibility* pada intinya adalah suatu upaya tanggung jawab perusahaan atau organisasi secara berkelanjutan atas dampak yang ditimbulkan dari keputusan dan aktivitas yang telah diambil dan dilakukan oleh organisasi tersebut, dimana dampak itu pastinya akan dirasakan atau berpengaruh kepada pihak-pihak yang terkait terutama masyarakat dan lingkungan. Pengungkapan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi di dalam laporan tahunan atau laporan terpisah adalah untuk mencerminkan tingkat akuntabilitas, *responsibility* dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholders* lainnya.

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi

pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan keluarga mereka, serta perwakilan mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat positif bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan, (Dwianika, 2018) menurut Ardana, 2008:34) Tanggung jawab sosial perusahaan adalah kumpulan kewajiban organisasi untuk melindungi dan memajukan masyarakat di mana organisasi berada. Sedangkan menurut Wibisono (2007: 7) dalam *The word business council for suistainable development* (WBCSD) memberi definisi *continuing commitment by businessto behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as ofthe local community and society at large*. Definisi tersebut dapat diartikan sebagai komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sekaligus juga peningkatan kualitas lokal dan masyarakat secara lebih luas.

Dari definisi di atas, CSR dapat disimpulkan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat untuk membantu meningkatkan kualitas lingkungan dan masyarakat dengan berlaku etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif yang mencakup ekonomi, sosial, dan lingkungan sehingga tercapai pembangunan yang berkelanjutan.

## I. Kerangka model dan pengembangan hipotesis penelitian



**Gambar 1.** Kerangka model penelitian

Komite audit merupakan suatu kelompok komite yang bekerja dalam mengawasi kegiatan internal perusahaan seperti mengawasi laporan keuangan agar terkontrol, sistem pengendalian internal dan audit eksternal. Komite audit menurut Junitania dan Prajitno (2019) adalah suatu komite yang beranggotakan beberapa anggota komisaris dan bisa juga berasal dari kalangan luar dengan berbagai keahlian, kualitas, dan pengalaman yang dibutuhkan. Tugas komite audit adalah melakukan fungsi pengawasan dalam penyajian laporan maupun dalam kepatuhan regulasi perusahaan guna membantu dewan komisaris. Semakin banyak jumlah komite audit maka akan semakin baik pengawasan terhadap penyajian laporan sehingga dapat menghindari manipulasi dalam pelaporan. Dengan menghindari manipulasi pelaporan keuangan maka akan semakin meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Untuk itu semakin banyak komite audit maka nilai perusahaan akan semakin meningkat, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Fajari dan Isyuardhana (2019) yang

menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Struktur modal merupakan gambaran dari bentuk proporsi finansial perusahaan yaitu antara modal yang dimiliki yang bersumber dari utang jangka panjang dan modal sendiri. Banyak perusahaan yang tidak dapat mengalami kemajuan bahkan mengalami kebangkrutan yang disebabkan adanya perencanaan struktur modal yang kurang matang. Struktur modal dalam penelitian ini diprosikan dengan *debt to equity ratio*. *Debt to equity ratio* menurut Hery (2015:198) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya proporsi utang terhadap modal. *Debt to equity ratio* berguna untuk mengetahui besarnya perbandingan antara jumlah dana yang disediakan oleh kreditor dengan jumlah dana yang berasal dari pemilik perusahaan. Dengan kata lain, *debt to equity ratio* berfungsi untuk mengetahui berapa bagian dari setiap rupiah modal yang dijadikan sebagai jaminan utang. Semakin tinggi *debt to equity ratio*, menunjukkan bahwa semakin besar struktur modal yang berasal dari utang yang digunakan untuk mendanai ekuitas yang ada. Semakin kecil *debt to equity ratio* suatu perusahaan, maka semakin besar kemampuan perusahaan memenuhi kewajibannya dan nilai perusahaan juga semakin tinggi pula sehingga para investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Penelitian mengenai pengaruh *debt to equity ratio* terhadap nilai perusahaan juga dilakukan oleh oleh Tarmiji (2019), serta Khasana dan Triyonowati (2019) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa *debt to equity ratio* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.



Perusahaan yang besar lebih diminati tertimbang perusahaan kecil. Sehingga pertumbuhan perusahaan sangat mempengaruhi nilai perusahaan. Perusahaan besar sering memiliki arus kas yang lebih stabil, sehingga kemungkinan mengalami kebangkrutan lebih kecil. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Perusahaan besar membutuhkan dana yang besar untuk biaya operasionalnya. Salah satu cara memenuhinya adalah dengan modal asing tersebut apabila modal sendiri dari perusahaan belum mencukupi. Secara teoritis perusahaan yang lebih besar mempunyai kepastian (*certainty*) yang lebih besar daripada perusahaan kecil sehingga akan mengurangi tingkat ketidakpastian mengenai prospek perusahaan ke depan. Perusahaan besar yang sudah *well-established* akan lebih mudah memperoleh modal di pasar modal dibandingkan perusahaan kecil. Karena kemudahan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula (Sartono, 2010). Perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa dalam setiap operasional perusahaan memiliki banyak kebutuhan dana yang perlu dialirkan untuk menunjang operasionalnya. Semakin besar perusahaan, semakin besar dana eksternal yang dibutuhkan. Sebaliknya, semakin kecil perusahaan semakin sedikit dana eksternal yang dibutuhkan perusahaan.

Nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan (Mahendra, 2012). Nilai perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan yang diukur melalui kualitas laba perusahaan juga baik. Kualitas laba (Kinerja keuangan)

perusahaan merupakan salah satu faktor yang dilihat oleh calon investor untuk menentukan investasi saham. Semakin baik pertumbuhan kinerja keuangan perusahaan berarti prospek perusahaan di masa depan dinilai semakin baik, artinya nilai perusahaan juga akan dinilai semakin baik di mata investor. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Husnan, 2016).

Nilai perusahaan akan terjamin tumbuh secara berkelanjutan jika perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial dan lingkungan hidup karena keberlanjutan merupakan keseimbangan antara kepentingan-kepentingan ekonomi, lingkungan dan masyarakat. Oleh sebab itu dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor. *Corporate social responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk pertanggungjawaban yang berupa informasi yang disampaikan dalam laporan tahunan perusahaan mengenai tanggung jawab perusahaan atas kegiatan operasi perusahaan tersebut kepada masyarakat. Tanggung jawab Sosial Perusahaan merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan denganmenitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hackson dan Milne dalam Permanasari (2010) mengatakan bahwa perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang

disampaikan oleh suatu perusahaan maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Ardila (2017), Sari (2018), serta Harningsih (2019) memperlihatkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

1. H1: Komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan food and beverage di Indonesia periode 2011-2015.
2. H2: Struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan food and beverage di Indonesia periode 2011-2015.
3. H3: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan food and beverage di Indonesia periode 2011-2015.
4. H4: Kinerja keuangan berpengaruh terhadap nilai perusahaan food and beverage di Indonesia periode 2011-2015.
5. H5: CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan food and beverage di Indonesia periode 2011-2015.

## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*) yang merupakan tipe penelitian dengan karakteristik masalah berupa sebab-akibat antara dua variabel atau lebih. Penelitian kausal komparatif (*causal-comparative research*) merupakan tipe penelitian *ex post facto*, yaitu penelitian terhadap data- data yang dikumpulkan setelah terjadinya fakta atau peristiwa. Penelitian ini dilakukan berdasarkan laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur *food and beverages* pada tahun 2011-2015 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti melakukan penelitian menggunakan laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Teknik pengambilan sampel diperoleh dengan *purposive sampling* dengan kriteria yang digunakan sebagai berikut: (1) Perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2011 sampai 2015. (2) Perusahaan *food and beverages* yang memiliki data laporan keuangan yang lengkap selama tahun 2011 sampai 2015. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, karena data yang diperoleh secara tidak langsung dari Bursa Efek Indonesia (BEI) STIESIA Surabaya sebagai media perantara.

## B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Variabel Dependen

Nilai perusahaan, nilai perusahaan dalam penelitian ini ditegaskan melalui *price book value* (PBV). *Price book value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{PB} = \frac{\text{Harga saham per lembar saham}}{\text{Nilai buku per lembar saham}}$$

Satuan pengukuran adalah persentase (%).

### 2. Variabel Independen

Komite audit merupakan suatu kelompok komite yang bekerja dalam mengawasi kegiatan internal perusahaan seperti mengawasi laporan keuangan agar terkontrol, sistem pengendalian internal dan audit eksternal. Komite audit dalam penelitian ini diukur dari jumlah banyaknya anggota komite audit dalam suatu perusahaan pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2011-2015.

Struktur modal, struktur modal dalam penelitian ini ditegaskan melalui DER (*debt To equity ratio*) sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

Satuan pengukuran adalah kali (x).

$\frac{\text{Total debt} \times 100\%}{\text{Total equity}}$

Satuan pengukuran adalah kali (x).

Ukuran perusahaan, ukuran perusahaan dalam penelitian ini ditegaskan melalui size sehingga dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Size} = \text{Ln. TA}$$

Satuan pengukuran adalah Rupiah (Rp).

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba. Pengukuran profitabilitas pertambangan di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019 pada penelitian ini menggunakan Return on Equity. Return on Equity merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan jumlah aset tertentu. Rumus untuk menghitung Return on Equity adalah:

$$\text{Return on Equity} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Pengukuran CSRDI mengacu pada penelitian dalam Sayekti dan Wondabio dalam Maryanti (2017), yang menggunakan content analysis dalam mengukur variety dari CSRDI. Content analysis adalah salah satu metode pengukuran CSRDI yang sudah banyak digunakan dalam penelitian- penelitian sebelumnya. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi yaitu setiap item CSR dalam instrument penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan,

dan nilai 0 jika tidak diungkapkan. Selanjutnya, skor dari setiap item dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan. Rumus perhitungan CSRDI adalah sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\sum X_j}{N_j}$$

Keterangan

CSRDI<sub>j</sub> = Corporate Social Responsibility Disclosure Index perusahaan j,

X<sub>ij</sub> = dummy variable: 1 = jika item i diungkapkan; 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Dengan demikian,  $0 \leq CSRDI_j \leq 1$ .

### C. Teknik Analisis Data

Teknik analisis penelitian ini menggunakan uji analisis regresi berganda. Analisis regresi linier berganda adalah analisis yang berkenaan dengan studi ketergantungan satu variabel tak bebas (*dependent variable*) terhadap variabel lain yang bebas (*independent variable*) (Sudjana, 2009). Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk melihat hubungan antara variabel terikat yaitu nilai perusahaan dan variabel bebas terdiri dari struktur modal dan ukuran perusahaan. Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah

$$NP = \alpha + \beta_1 KA + \beta_2 SM + \beta_3 UP + \beta_4 ROE + \beta_5 CSR + \varepsilon$$

Dalam melakukan analisis ini dilakukan secara kuantitatif, yang merupakan analisis yang dilakukan melalui suatu proses pengukuran data secara statistik. Analisis secara statistik akan digunakan untuk menguji ada atau tidaknya pengaruh antara variabel bebas

terhadap variabel terikat. Sebelum melakukan uji tersebut, sebelumnya dilakukan uji asumsi klasik dahulu yang terdiri dari, Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Kemudian dilakukan uji kelayakan model (Uji F) dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ).

## D. Analisis Dan Pembahasan

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda

Persamaan regresi dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen atau bebas yaitu komite audit, struktur modal (DER), ukuran perusahaan (*size*), kinerja keuangan dan CSR terhadap nilai perusahaan (PBV). Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh persamaan regresi linier pada Tabel 1 sebagai berikut:

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	-1.874	1.839		-1.019	.314
	KA	.299	.223	.129	1.341	.018
	DER	1.844	.145	.932	12.754	.000
1	Size	.156	.074	.154	2.111	.041
	ROE	.026	.039	.129	.671	.011
	CSR	1.139	5.153	.009	.221	.026
a. Dependent Variable: PBV						

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016.



Berdasarkan hasil regresi linier berganda pada Tabel 1, maka *persamaan* regresi yang diperoleh sebagai berikut:

$$\mathbf{PBV = -1,874 + 0,299KA + 1,844DER + 0,156Size + 0,026ROE + 1,139CSR + \varepsilon}$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Dapat diketahui nilai konstanta ( $\alpha$ ) adalah sebesar -1,874, artinya jika variabel struktur modal (DER), dan ukuran perusahaan (*size*) tetap atau sama dengan nol (=0), maka nilai perusahaan -1,874 satuan.
- b. Koefisien regresi komite audit (b1) sebesar 0,299, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara komite audit dengan nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel komite audit searah dengan nilai perusahaan, dan jika persentase komite audit naik, maka nilai perusahaan juga akan naik sebesar 0,299 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- c. Koefisien regresi struktur modal (b2) sebesar 1,844, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara struktur modal dengan nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel struktur modal searah dengan nilai perusahaan, dan jika tingkat struktur modal naik, maka nilai perusahaan juga akan naik sebesar 1,844 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- d. Koefisien regresi ukuran perusahaan (b3) sebesar

0,156, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel ukuran perusahaan searah dengan nilai perusahaan, dan jika tingkat ukuran perusahaan naik, maka nilai perusahaan juga akan naik sebesar 0,156 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

- e. Koefisien regresi kinerja keuangan (b4) sebesar 0,026, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara kinerja keuangan dengan nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel kinerja keuangan searah dengan nilai perusahaan, dan jika kinerja keuangan naik maka nilai perusahaan juga akan naik sebesar 0,026 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.
- f. Koefisien regresi corporate social responsibility (b5) sebesar 1,139, menunjukkan arah hubungan positif (searah) antara corporate social responsibility dengan nilai perusahaan. Hasil ini mengindikasikan bahwa variabel corporate social responsibility searah dengan nilai perusahaan, dan jika semakin banyak elemen pengungkapan corporate social responsibility perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan naik sebesar 1,139 dengan asumsi variabel yang lainnya konstan.

## **2. Hasil Uji Normalitas**

Uji normalitas menyatakan bahwa uji normalitas merupakan pengujian yang bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel independen (bebas) dan variabel dependen (terikat) mempunyai distribusi normal atau tidak (Ghozali, 2011). Model

regresi yang baik adalah mempunyai distribusi data normal atau mendekati normal. Uji normalitas dapat dilakukan dengan memperhatikan penyebaran data (titik) pada normal *p-plot of regression standardized residual* dari variabel independen.

**Tabel 2. Hasil Uji Normalitas**

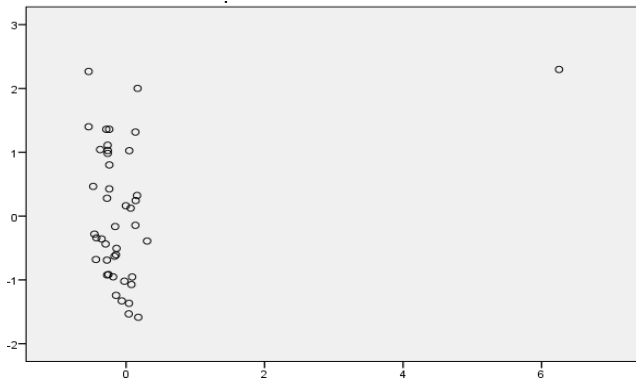
<i>Unstandardized Residual</i>		
N		43
<i>Normal Parameters<sup>a,b</sup></i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2.22009327
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.098
	<i>Positive</i>	.098
	<i>Negative</i>	-.095
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		.098
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.200 <sup>c,d</sup>

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan menggunakan *one-sample kolmogorov-smirnov* yang terdapat pada Tabel 2, menunjukkan bahwa *asymp sig* > 0,05 atau 0,200 > 0,05 yang terdapat dalam *one sample kolmogorov-smirnov test* yang berarti model regresi yang digunakan didalam penelitian ini adalah berdistribusi normal, sehingga model ini layak untuk dijadikan penelitian.

### 3. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dapat dilakukan dengan analisis pada gambar *scatterplot*, yang mengatakan model regresi linier berganda tidak terdapat heteroskedastisitas dengan ketentuan sebagai berikut: (1) Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola tertentu teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. (2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas**

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016

Dari grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi nilai perusahaan melalui variabel independen yaitu struktur modal dan ukuran perusahaan.

#### 4. Hasil Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *durbin-watson* dengan ketentuan sebagai berikut: (1) Angka *durbin-watson* terletak dibawah -2 berarti ada autokorelasi positif. (2) Angka *durbin-watson* terletak diantara -2 sampai +2 berarti tidak ada autokorelasi. (3) Angka *durbin-watson* terletak diatas +2 berarti ada autokorelasi negatif.

**Tabel 3. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,898 <sup>a</sup>	,806	,796	2,27492	,677
a. Predictors: (Constant), KA, DER, Size, ROE, CSR.					
b. Dependent Variable: PBV					

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dengan menggunakan uji *durbin-watson* yang ditunjukkan pada Tabel 3, maka model regresi yang digunakan tidak terjadi autokorelasi dengan hasil *durbin-watson* 0,677 yang berarti berada diantara -2 sampai +2.

#### 5. Uji Kelayakan Model Uji F

Uji kelayakan dalam penelitian ini menggunakan uji F, untuk mengetahui variabel struktur modal dan ukuran perusahaan layak atau tidak untuk dijadikan model penelitian dengan ketentuan sebagai berikut: (1) Jika nilai signifikan uji F

> 0,05 maka menunjukkan model tidak layak digunakan model penelitian. (2) Jika nilai signifikan uji F < 0,05 maka menunjukkan model layak digunakan model penelitian.

**Tabel 4. Hasil Perhitungan Uji F**

Model	Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	858,386	2	429,193	82,932	,000 <sup>b</sup>
	Residual	207,010	40	5,175		
	Total	1065,396	42			
a. Dependent Variable: PBV						
b. Predictors: (Constant), KA, DER, Size, ROE, CSR.						

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016.

Berdasarkan hasil uji F pada Tabel 4 dengan melihat tingkat signifikan, maka dapat diketahui bahwa model tersebut dapat dikatakan layak untuk dijadikan model penelitian. Hal ini dibuktikan dari tingkat signifikan  $0,000 < 0,050$ . Dengan demikian, variabel bebas yang terdiri dari DER (*debt to equity ratio*) dan size secara simultan berpengaruh terhadap nilai perusahaan PBV (*price book value*).

## 6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu.

**Tabel 5 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,898 <sup>a</sup>	,806	,796	2,27492
a. Predictors: (Constant), KA, DER, Size, ROE, CSR.				
b. Dependent Variable: PBV				

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada Tabel 5 dengan melihat *R-square*, maka dapat diketahui bahwa nilai *R-square* sebesar 0,806, hal ini menunjukkan bahwa nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2011-2015 dapat dijelaskan oleh variabel komite audit, struktur model, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR sebesar 80,6%. Sedangkan sisanya sebesar 19,4% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak masuk dalam model penelitian.

## 7. Uji Hipotesis

Untuk menguji signifikan tidaknya masing masing variabel bebas yang mempengaruhi variabel terikat secara parsial yang digunakan uji hipotesis parsial (uji t) dengan ketentuan jika tingkat signifikan < 0,050 maka model penelitian berpengaruh positif signifikan sedangkan jika tingkat signifikan > 0,050 maka model penelitian berpengaruh negatif signifikan.

**Tabel 6**  
**Hasil Perhitungan Uji t**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1,874	1,839		-1,019	,314
	KA	.299	.223	.129	1.341	.018
	DER	1.844	.145	.932	12.754	.000
	Size	.156	.074	.154	2.111	.041
	ROE	.026	.039	.129	.671	.011
	CSR	1.139	5.153	.009	.221	.026
a. Dependent Variable: PBV						

Sumber data: Data sekunder diolah, 2016

Uji pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan (PBV)

Komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel komite audit sebesar 0,018. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf ujinya ( $0,018 < 0,050$ ). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji pengaruh struktur modal (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV)

Struktur modal (DER) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikan dari struktur modal (DER) adalah sebesar 0,000. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari



taraf ujinya ( $0,000 < 0,050$ ). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa struktur modal (DER) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji pengaruh ukuran perusahaan (*size*) terhadap nilai perusahaan (PBV)

Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel ukuran perusahaan (*size*) adalah sebesar 0,041. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf ujinya ( $0,041 < 0,050$ ). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji pengaruh kinerja keuangan (ROE) terhadap nilai perusahaan (PBV)

Ukuran perusahaan (*size*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel kinerja keuangan (ROE) sebesar 0,011. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf ujinya ( $0,011 < 0,050$ ). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kinerja keuangan (ROE) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

Uji pengaruh corporate social responsibility (CSR) terhadap nilai perusahaan (PBV)

Corporate social responsibility (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV) perusahaan *food and beverages* yang

terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan Tabel 6, diketahui bahwa nilai signifikan dari variabel corporate social responsibility (CSR) sebesar 0,026. Nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf ujinya ( $0,026 < 0,050$ ). Sehingga, dapat disimpulkan bahwa corporate social responsibility (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (PBV).

## **BAB IV PEMBAHASAN**

Pada bagian ini akan dilakukan analisis pembahasan atas hasil penelitian variabel struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang sudah dilakukan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa komite audit, struktur modal, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Jumlah anggota komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Komite audit merupakan suatu kelompok komite yang bekerja dalam mengawasi kegiatan internal perusahaan seperti mengawasi laporan keuangan agar terkontrol, sistem pengendalian internal dan audit eksternal. Pengaruh signifikan komite audit terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa keberadaan komite audit dapat menjamin kinerja perusahaan akan lebih baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Fajari dan Isyuardhana (2019) yang menunjukkan bahwa komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan

Modal merupakan komponen dana jangka panjang suatu perusahaan yang meliputi semua komponen disisi kanan neraca perusahaan kecuali hutang lancar. Struktur modal didefinisikan sebagai komposisi modal perusahaan dilihat dari sumbernya khususnya yang menunjukkan porsi dari modal perusahaan yang berasal dari sumber hutang (kreditur) dan sekaligus porsi modal yang berasal dari pemilik sendiri. Hasil penelitian ini didukung oleh Hermuningsih (2013) yang menyatakan

bahwa struktur modal berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin meningkat nilai perusahaan. Dengan semakin besar ukuran perusahaan, akan ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Kondisi tersebut menjadi penyebab atas naiknya harga saham perusahaan di pasar modal. Ukuran perusahaan dilihat dari *total asset* yang dimiliki oleh perusahaan yang dapat digunakan untuk kegiatan operasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki *total asset* yang besar, pihak manajemen lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada di perusahaan tersebut. Kebebasan yang dimiliki manajemen ini sebanding dengan kekhawatiran yang dilakukan oleh pemilik atas asetnya. Jumlah aset yang besar akan menurunkan nilai perusahaan jika dinilai dari sisi pemilik perusahaan. Akan tetapi jika dilihat dari sisi manajemen, kemudahan yang dimilikinya dalam mengendalikan perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan. Hasil penelitian ini didukung oleh Prasetia *et al.*, (2014) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa kinerja keuangan berpengaruh signifikan dan positif. Profitabilitas menunjukkan tingkat keuntungan bersih yang mampu diraih oleh perusahaan pada saat

menjalankan operasinya. Keuntungan yang layak dibagikan kepada pemegang saham adalah keuntungan setelah bunga dan pajak, sehingga dengan profitabilitas yang tinggi dapat memberikan nilai tambah kepada nilai perusahaannya yang tercermin pada harga sahamnya.

Profitabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat pengembalian yang diterima pemegang saham. Jika perusahaan mempunyai tingkat profitabilitas yang tinggi, maka akan mendapatkan laba yang tinggi pula dan pada akhirnya laba yang tersedia untuk dibagikan kepada para pemegang saham akan semakin besar pula. Semakin besar laba yang tersedia bagi pemegang saham, maka nilai perusahaan juga semakin tinggi, sehingga para investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tarmiji (2019), Khasana dan Triyonowati (2019), serta Amalia dan Triyonowati (2020) dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa *Return on Equity* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Hasil pengujian memperlihatkan *corporate social responsibility* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada sub sektor *food and beverages* di Bursa Efek Indonesia. Kondisi ini memperlihatkan semakin baik pengungkapan tanggungjawab sosial yang dilakukan, maka akan semakin meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang berorientasi pada konsumen diperkirakan akan memberikan informasi mengenai pertanggungjawaban sosial karena dapat meningkatkan *image* perusahaan. Semakin banyak informasi sosial dan lingkungan yang disampaikan oleh suatu perusahaan, maka investor akan cenderung berinvestasi kepada perusahaan tersebut yang akan berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan.

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Dari hasil penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa komite audit, struktur modal, ukuran perusahaan, kinerja keuangan dan CSR berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini menunjukkan bahwa pengambilan keputusan pendanaan berkenaan dengan perusahaan yang benar-benar harus diperhatikan oleh manajemen, karena dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek untuk meningkatkan nilai perusahaan di mata investor melihat sangat beragam. investor.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diambil, maka saran-saran yang diajukan berkaitan dengan penelitian ini adalah (1) Sebaiknya calon investor dalam melakukan investasi memperhatikan informasi dalam laporan keuangan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi yang tepat dan menguntungkan, (2) Bagi emiten dan calon emiten sebaiknya mempublikasikan laporan keuangannya tepat waktu, sehingga informasi yang diperoleh pemakai informasi laporan keuangan lebih akurat, (3) Bagi peneliti selanjutnya direkomendasikan untuk menggunakan periode penelitian yang lebih panjang, sampel yang lebih banyak, dan menambah variabel-variabel bebas yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini, sehingga diperoleh temuan yang lebih fresh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, N.A. dan Triyonowati. 2020. Pengaruh Kebijakan Dividen, Profitabilitas dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 9(8): 1-16.
- Agustina, D. 2017. Pengaruh Corporate Governance dan Variabel Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi* 19(1): 13-26.
- Alfinur. 2016. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance (GCG) terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang Listing di BEI. *Jurnal Ekonomi Modernisasi* 12(1): 44-50
- Brigham, E. F. And J. F. Houston. 2011. *Fundamental of Financial Managements*. Salemba Empat. Jakarta.
- Darmadji, T dan H. M. Fakhruddin. 2015. *Pasar Modal Indonesia, Pendekatan Tanya Jawab*. Salemba Empat. Jakarta.
- Dewi, L.C. 2014. Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Dewan Komisaris Independen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Di Bei Tahun 2011-2013). *Jurnal kinerja* 18(1): 64-80
- Dewy dan Ary. 2013. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana*. 358-372.
- Effendi, M. Arief. 2016. *The Power Of Good Corporate Governance*. Salemba Empat. Jakarta
- Fahmi, I. 2011. *Analisis Laporan Keuangan*. Lampulo: ALFABETA. Bandung.
- Fahmi, I. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2017. *Pengantar Pasar Modal*. Alfabeta. Bandung.
- Fajari, M. A. dan D. Isyuardhana. 2019. Pengaruh Good Corporate Governance dan Corporate Social

Responsibility terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang dan Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017). *Jurnal Aksara Public*. 3(3): 89-100.

- Fauziah, N.S. 2017. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Modal Intelektual Dan Growth Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA). Surabaya.
- Firdaus, A.R. 2015. Analisis Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Earnings Management, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Edisi Kelima. Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate Denga Program IBM SPSS 20*. Edisi Keenam. Cetakan Keenam. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- \_\_\_\_\_. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS 21*. Edisi Ketujuh. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanafi, M. 2013. *Manajemen Keuangan*. Edisi 1. BPFE. Yogyakarta.
- Hanafi, M dan A. Halim. 2015. *Analisis Laporan Keuangan*. UPP-AMP YKPN. Yogyakarta.
- Harjito, A., dan Martono. 2013. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi Ketiga. BPFE. Yogyakarta.
- Harmono. 2018. *Manajemen Keuangan Berbasis Balanced Scorecard Pendekatan Teori, Kasus, dan Riset Bisnis*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Haruman. 2008. Struktur Kepemilikan, Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan. *Finance and Banking Journal*. 10



(2): 150-165.

- Hermuningsih. 2013. Pengaruh Profitabilitas, Growth Opportunity, Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Buletin Ekonomi dan Moneter*. 13 (2): 173-183.
- Hery. 2015. *Analisa Laporan Keuangan Pendekatan Rasio Keuangan*. Buku Seru. Jakarta.
- Home, J. V. dan Machowicz. 2013. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Salemba Empat. Jakarta.
- Husnan, S dan E. Pudjiastuti. 2012. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. UPP STIM YKPN. Yogyakarta.
- Istiningdiah, F. 2012. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Struktur Modal Perusahaan Wholesale and Retail Trade yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2008-2010. *Jurnal Manajemen dan Keuangan* 22.
- Jumingan. 2015. *Analisa Laporan Keuangan*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Junitania dan Prajitno, S. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Non Keuangan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntan*. 21(1): 49-58.
- Khasana, F.A. dan Triyonowati. 2019. Pengaruh Leverage, Likuiditas, Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Property and Real Estate di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 8(1): 1-19.
- Kinanza, C. 2017. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6 (7)
- Kusmayadi, D., D. Rudiana, dan J. Badruzaman. 2019. *Good Corporate Governance*. LPPM Universitas Siliwangi. Tasikmalaya.
- Laila, N. 2011. Analisis Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan (Studi

- Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2005-2009). *Skripsi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Manossoh, H. 2016. *Good Corporate Governance untuk Meningkatkan Kualitas Laporan Keuangan*. Norlive Kharisma Indonesia. Bandung.
- Margaretha. F. 2011. *Manajemen Keuangan*. Erlangga. Jakarta.
- Marini, Y. dan N. Marina. 2017. Pengaruh Good Corporate Governance terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Humaniora*. 1(1): 7-20.
- Prihadi, T. 2013. *Analisis Laporan keuangan Teori dan Aplikasi*. PPM. Jakarta.
- Praselia, E., P. Tommy, dan I. Saerang. 2014. Struktur Modal, Ukuran Perusahaan dan Risiko Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Otomotif yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Emba*. 2 (2): 879-889.
- Purwaningtyas, F.P. 2011. Analisis Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. Semarang
- Randy, Vincentius dan Juniarti. 2013. Pengaruh Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan yang Terdaftar Di BEI 2007-2011. *Business Accounting Review*, Vol. 1, NO. 2.
- Riyanto. 2011. *Dasar-dasar Pembelian Perusahaan*. BPFE UGM. Yogyakarta.
- Santoso, S. 2009. *Panduan Lengkap Menguasai Statistik Dengan SPSS 17*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sartono, A. 2010. *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi*. Edisi ke 4. BPFE. Yogyakarta. Sudjana. 2009. *Metode Statistika*. Tarsito. Bandung.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

- Bandung.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Syah, S.I. dan Triyonowati. 2018. Pengaruh GCG dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan Food And Beverage di BEI. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 7(11): 1-16.
- Tarmiji. 2019. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan (pada Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Tirtayasa Ekonomika*. 14(2): 171-186.
- Thaib, I. 2017. Pengaruh Profitabilitas dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan dengan Struktur Modal sebagai Variabel Intervening (Studi pada Perusahaan Transportasi Laut Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Riset Perbankan Manajemen dan Akuntansi*. 1(1): 25- 44.
- Thaharah N. dan Asyik, N.F. 2016. Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan LQ 45. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*. Vol.5 No.2 ISSN: 2460-0585
- Tiana, C.A. dan Triyonowati. 2020. Pengaruh Struktur Modal, Profitabilitas, dan Rasio Aktivitas terhadap Nilai Perusahaan (Studi pada Sektor Property dan Real Estate Periode 2015-2018). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 9(7): 1-16.
- Ulupui, I.G.K.A. 2007. Analisis Pengaruh Rasio Likuiditas, Leverage, Aktivitas dan Profitabilitas Terhadap Return Saham (Studi Pada Perusahaan Makanan dan Minuman dengan Kategori Industri Barang Konsumsi di Bursa Efek Jakarta). *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*. Vol 12
- Wahyudiono, B. 2016. *Mudah Membaca Laporan Keuangan*.

Raih Asa Sukses. Jakarta. Wirianata, H. 2019. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Dengan Moderasi GCG. *Jurnal Ekonomi*. 14(3): 468-487.

Yuniningsih. 2018. *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Indomedia Pustaka. Sidoarjo.

## PROFIL PENULIS



Lahir di kota Surabaya pada tanggal 05 September 1960, dan menjadi dosen tetap di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya sejak tahun 2000. Meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) Manajemen di Universitas Airlangga, Surabaya tahun 1985, Magister Sains (M.Si.) Ilmu Manajemen Universitas

Airlangga, Surabaya tahun 2003, dan memperoleh gelar Doktor (Dr.) Ilmu Manajemen Universitas Brawijaya, Malang tahun 2015. Bidang keahlian penulis adalah Manajemen Keuangan. Penulis aktif menghasilkan karya ilmiah bidang Manajemen Keuangan dalam bentuk penelitian yang didesiminasikan dalam bentuk presentasi di simposium nasional maupun international conference, serta mempublikasi dalam berbagai jurnal nasional terakreditasi maupun jurnal internasional bereputasi. Penulis juga aktif sebagai pengabdian dalam berbagai kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat (PkM) dan mendesiminasikan kegiatan PkM seperti halnya penelitian. Selain itu, aktif juga sebagai narasumber bidang akademik diantaranya penilaian akreditasi program studi, pengembangan kurikulum Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM).

Email Penulis: [triyonowati@stiesia.ac.id](mailto:triyonowati@stiesia.ac.id)