

**STRUKTUR MODAL, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR),
DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DIMODERASI UKURAN PERUSAHAAN**

SKRIPSI



Oleh :

Sal-Sabilla Narita Kusnadi
20013010097/FEB/EA

Kepada

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"
JAWA TIMUR
2024**

SKRIPSI


**STRUKTUR MODAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), DAN
PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DIMODERASI UKURAN PERUSAHAAN**

Disusun Oleh:

Sal-Sabilla Narita Kusnadi
20013010097/FEB/EA

telah dipertahankan dihadapan
dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Prodi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
pada tanggal 22 Mei 2024


Pembimbing Utama


Dr. Tantina Harwati, S.E., M.Aks.
NIP. 198002012021212009

Prof. Dr. Dra. Ec. Sri Trisnaningsih, M.Si., CFA
NIP. 196509291992032001

Ketua Penguji

Anggota Penguji


Dra. Erry Andhaniwati, M.Aks., AK., CA
NIP. 195912231992032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Pembangunan "Veteran" Jawa Timur


Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP
NIP. 196304201991032001

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Sal-Sabilla Narita Kusnadi
NPM : 20013010097
NIK : 3515084702030004
Tempat/Tanggal Lahir : Sidoarjo, 07 Februari 2003
Alamat : Jl. Molek 2, Perumahan Bluru Permai Blok CU-09,
Kab/Kec. Sidoarjo, Jawa Timur
Judul Artikel : Peranan Struktur Modal, CSR, dan Pertumbuhan
Penjualan Bagi Nilai Perusahaan

Saya menyatakan bahwa artikel ini merupakan hasil dari pemikiran sendiri, serta bukan dari saduran/terjemahan/plagiarisme.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun. Jika di kemudian hari terbukti ada unsur plagiarisme maka kelulusan akan dibatalkan, saya bersedia dibatalkan gelar akademik yang telah saya raih.

Surabaya, 29 Mei 2024

yang menyatakan,



Sal-Sabilla Narita Kusnadi

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur hanya kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat mengajukan skripsi yang berjudul "**Struktur Modal, Corporate Social Responsibility (CSR), Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Ukuran Perusahaan**". Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat meraih gelar Sarjana Akuntansi pada Program S1 Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat adanya bantuan, dukungan, bimbingan, motivasi, semangat, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Akhmad Fauzi, MMT., IPU selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
2. Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si., CRP selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
3. Dr. Dra. Ec. Endah Susilowati, M.Si., CfrA., CBV selaku Kepala Jurusan Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur.
4. Dr. Tantina Haryati, S.E., M.Aks selaku Koordinator Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur dan selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen Program Studi Akuntansi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur yang telah memberikan ilmu dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tua tercinta, Bapak Kusnadi dan Ibu Arik Supriatin, serta Adik Raihaan yang selalu mendoakan, memotivasi, serta memberi dukungan dan perhatian kepada penulis selama menjalani kehidupan.
7. Teman-teman peulis Khansa, Nuril, Devika, Dewa, Diana, Rina, Eza, Fara, Rara, dan Gading yang selalu memberikan tempat canda, cerita, dan tawa, serta bersedia membagikan ilmu selama perkuliahan.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang memberikan bantuan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.

Akhir kata, segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang turut terlibat. Penulis sadar dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan untuk seluruh pihak yang membacanya.

Surabaya, 23 April 2024

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	17
2.1 Penelitian Terdahulu	17
2.2 Landasan Teori	22
2.2.1 Teori Sinyal	22
2.2.2 Teori <i>Trade Off</i>	23
2.2.3 Nilai Perusahaan	24
2.2.4 Struktur Modal	25
2.2.5 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	25
2.2.6 Pertumbuhan Penjualan	28
2.2.7 Ukuran Perusahaan	29
2.3 Kerangka Berpikir	30
2.4 Hipotesis.....	31
2.4.1 Hubungan Struktur Modal Dengan Nilai Perusahaan	31
2.4.2 Hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dengan Nilai Perusahaan.....	32
2.4.3 Hubungan Pertumbuhan Penjualan Dengan Nilai Perusahaan	33
2.4.4 Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	34

2.4.5	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	35
2.4.6	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	36
BAB III METODE PENELITIAN		38
3.1	Jenis dan Objek Penelitian	38
3.1.1	Jenis Penelitian	38
3.1.2	Objek Penelitian.....	38
3.2	Operasionalisasi dan Pengukuran Variabel	39
3.2.1	Variabel Independen	39
3.2.2	Variabel Dependen.....	42
3.2.3	Variabel Moderasi.....	43
3.3	Populasi dan Sampel.....	43
3.3.1	Populasi	43
3.3.2	Sampel.....	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.4.1	Jenis Data	45
3.4.2	Sumber Data	45
3.4.3	Pengumpulan Data	46
3.5	Teknik Analisis dan Uji Hipotesis	46
3.5.1	Analisis <i>Outer Model</i>	47
3.5.2	Analisis <i>Inner Model</i>	49
3.5.3	Uji Hipotesis	50
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Objek Penelitian	51
4.2	Deskripsi Variabel Penelitian	52
4.2.1	Struktur Modal.....	53
4.2.2	<i>Corporate Social Responsibility</i>	54
4.2.3	Pertumbuhan Penjualan	56
4.2.4	Nilai Perusahaan	57
4.2.5	Ukuran Perusahaan	59
4.3	Analisis dan Uji Hipotesis.....	61
4.3.1	Statistik Deskriptif	61

4.3.2	Analisis <i>Outer Model</i>	64
4.3.3	Analisis <i>Inner Model</i>	67
4.3.4	Uji Hipotesis	68
4.4	Pembahasan	70
4.4.1	Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	70
4.4.2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan....	72
4.4.3	Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	73
4.4.4	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan	74
4.4.5	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.....	75
4.4.6	Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh Pertumbuhan Penjualan Terhadap Nilai Perusahaan	76
BAB VKESIMPULAN DAN SARAN		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Saran	79
5.3	Implikasi Penelitian	79
DAFTAR PUSTAKA		82
LAMPIRAN		87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Nilai Perusahaan Beberapa Perusahaan FnB Tahun 2018-2022.....	3
Gambar 1. 2 Grafik DER Beberapa Perusahaan FnB Tahun 2018-2022	5
Gambar 1. 3 Rata-Rata Pertumbuhan Penjualan Sektor FnB Tahun 2018-2022	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	31
Gambar 4. 1 <i>Output PLS-Algorithm</i>	61

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Hasil Pengambilan Sampel Penelitian	45
Tabel 4. 1 Daftar Nama Perusahaan Sampel	51
Tabel 4. 2 Hasil Pengukuran <i>Debt to Equity Ratio</i> (DER)	53
Tabel 4. 3 Hasil Pengukuran <i>Corporate Social Responsibility Index</i>	54
Tabel 4. 4 Hasil Pengukuran Pertumbuhan Penjualan	56
Tabel 4. 5 Hasil Pengukuran <i>Price to Book Value</i>	58
Tabel 4. 6 Hasil Pengukuran LN Total Aset.....	59
Tabel 4. 7 Statistik Deskripsi Variabel.....	62
Tabel 4. 8 Nilai <i>Outer Loading</i> Validitas Konvergen	65
Tabel 4. 9 Nilai <i>Average Variance Extracted</i> (AVE)	65
Tabel 4. 10 Nilai Cross Loading Validitas Diskriminan	66
Tabel 4. 11 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i>	67
Tabel 4. 13 Nilai <i>Q-Square</i>	68
Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabulasi Data Variabel Struktur Modal.....	87
Lampiran 2 Tabulasi Data Variabel <i>Corporate Social Responsibility Index</i>	88
Lampiran 3 Tabulasi Data Variabel Pertumbuhan Penjualan.....	89
Lampiran 4 Tabulasi Data Variabel Nilai Perusahaan	90
Lampiran 5 Tabulasi Data Variabel Ukuran Perusahaan	91
Lampiran 6 Hasil <i>Output PLS Algorithm</i>	92
Lampiran 7 Hasil Analisis Deskriptif.....	92
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Konvergen	92
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas Diskriminan.....	93
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas	94
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Inner Model</i>	94
Lampiran 12 Hasil Uji Hipotesis	94
Lampiran 13 Indeks Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan GRI Standar 2016.....	95

**STRUKTUR MODAL, *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR),
DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DIMODERASI UKURAN PERUSAHAAN**

Sal-Sabilla Narita Kusnadi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh struktur modal, *corporate social responsibility*, dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan dan dampak ukuran perusahaan dalam memoderasi pengaruh tersebut. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini berjumlah 26 perusahaan dari 84 populasi perusahaan *food and beverage* yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2018-2022 yang ditentukan menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Square* (PLS) dengan bantuan *software* SmartPLS 4.0. Data penelitian ini merupakan data sekunder berupa laporan tahunan yang diperoleh dari website resmi BEI dan perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa struktur modal dan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan memperlemah pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan tidak mampu memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* dan pertumbuhan penjualan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: Struktur Modal, *Corporate Social Responsibility*, Pertumbuhan Penjualan, Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan

**STRUKTUR MODAL, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR),
DAN PERTUMBUHAN PENJUALAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DIMODERASI UKURAN PERUSAHAAN**

Sal-Sabilla Narita Kurnadi

ABSTRACT

This research aims to examine and analyze the influence of capital structure, corporate social responsibility, and sales growth on firm value, with the moderating impact of company size. The research method employs a quantitative approach. The research sample consists of 26 companies out of the 84 population of food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2018-2022, determined using purposive sampling technique. Data analysis is conducted using Partial Least Square (PLS) with the assistance of SmartPLS 4.0 software. The research data comprises secondary data in the form of annual reports obtained from the official website of IDX and the respective companies. The results of this study indicate that capital structure and CSR have a positive and significant influence on firm value, sales growth does not affect firm value, company size weakens the influence of capital structure on firm value, and company size is unable to moderate the impact of corporate social responsibility and sales growth on firm value.

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