

Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Capital Expenditure*, Keputusan Investasi dan *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Sektor *Consumer Goods* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019

Namira Ufrida Rahmi¹, Vandystio Danantho²

Universitas Prima Indonesia

namiraufridarahmi@unprimdn.ac.id¹, Vandystio13@gmail.com²

*Corresponding Author

Diajukan : 19 September 2022

Disetujui : 27 September 2022

Dipublikasi : 1 Oktober 2022

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the effect of Corporate Social Responsibility, Capital Expenditure, Investment Decisions, and Leverage on Firm Value in consumer goods industry sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2019 period. Firm value show how effective is the firm performance in line with the prosperity of shareholders and perception of investors to the company. This research used a method with a quantitative descriptive approach. The population in this study were the consumer goods companies listed in Indonesia Stock Exchange (IDX) during the period 2016 to 2019 with a total of 40 companies and the sampling technique used purposive sampling and obtained 24 companies in consumer goods sector. Data analysis used multiple linear regression analysis, classical assumption test, the coefficient of determination test, F test and t test. The results of the study show that partially corporate social responsibility, capital expenditure and investment decisions have significant effect on the firm value but leverage have no effect on the firm value. Variable corporate social responsibility, capital expenditure, investment decisions and leverage simultaneously have a significant effect on firm value in consumer goods industry sector listed on Indonesia Stock Exchange in 2016-2019.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Capital Expenditure; Investment Decisions; Leverage; Firm Value.*

PENDAHULUAN

Persaingan ekonomi yang semakin ketat membuat perusahaan harus melakukan perencanaan yang baik agar lebih efektif dan efisien untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan selain untuk mendapatkan laba yang maksimal juga untuk memaksimalkan nilai perusahaan bagi kemakmuran para pemegang saham. Nilai suatu perusahaan sangat penting bagi perusahaan karena merefleksikan kinerja perusahaan sehingga nilai perusahaan yang tinggi menggambarkan kesejahteraan pemegang saham dan menarik investor dalam pengambilan keputusan investasi untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan. Adanya fenomena kasus dari sektor *consumer goods* yaitu PT Tiga Pilar Sejahtera Food yang mengalami penurunan harga saham yang signifikan sebesar 24,92% karena adanya aktivitas penggerebekan yang dilakukan oleh pihak kepolisian pada anak perusahaannya PT Indo Beras Unggul pada 20 Juli 2017 terkait kecurangan perdagangan beras yang dikemas ulang dengan menggunakan merek yang berkualitas sehingga berdampak pada menurunnya nilai perusahaannya (*kompas.com*). Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor dalam perusahaan seperti *corporate social responsibility*, keputusan investasi, *capital expenditure* dan *leverage* sebagai pertimbangan oleh investor.



Corporate Social Responsibility sebagai bentuk tanggung jawab sosial dan kepedulian perusahaan memiliki peran penting dalam pembentukan citra positif perusahaan. Jika suatu perusahaan melakukan pengungkapan CSR secara berkelanjutan maka nilai perusahaan akan ikut meningkat pula. Selain itu, investasi pada aset tetap dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan. Tingkat *capital expenditure* yang tinggi akan memiliki dampak baik bagi perusahaan dimana aset tetap dalam perusahaan akan mendapatkan sejumlah biaya untuk diperbaiki atau dikembangkan sehingga proses yang akan dilakukan oleh perusahaan seperti produksi akan berjalan lancar dan kinerja perusahaan akan meningkat sehingga akan berdampak terhadap nilai perusahaan. Keputusan investasi menjadi aspek yang menentukan apakah pemegang saham bersedia untuk berinvestasi dalam perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dengan tingkat risiko tertentu sehingga semakin meningkat keputusan investasi terhadap perusahaan maka diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang mencerminkan kemakmuran pemegang saham. Pada umumnya investor akan menghindari perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi karena risiko beban bunga yang akan dibebankan juga akan semakin tinggi sehingga mengurangi jumlah laba dan nilai perusahaan akan menurun pula.

Kondisi naik turun atau fluktuatif yang bertolak belakang dengan hasil dalam laporan keuangan dalam pasar saham Bursa Efek Indonesia menjadi fenomena yang menarik.

Tabel 1. Tabel Fenomena
(dalam rupiah)

Nama Perusahaan	Tahun	CSR	Keputusan Investasi	Capital Expenditure	Leverage	Nilai Perusahaan
PT Sekar Laut Tbk	2016	0,36	10,26	0,53	0,92	0,85
	2017	0,37	32,74	0,49	1,07	1,71
	2018	0,33	32,13	0,43	1,20	1,93
	2019	0,38	24,61	0,46	1,08	1,93
PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	2016	0,43	27,75	0,25	0,56	3,82
	2017	0,43	27,30	0,26	0,56	3,64
	2018	0,30	26,66	0,31	0,51	3,89
	2019	0,30	25,81	0,29	0,45	3,67
PT Budi Starch & Sweetener Tbk	2016	0,13	11,30	0,45	1,52	0,74
	2017	0,13	10,39	0,63	1,46	0,74
	2018	0,13	8,99	0,55	1,77	0,77
	2019	0,13	7,57	0,60	1,33	0,73

Sumber : Data Diolah (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 pada tahun 2017-2018 perusahaan Sekar Laut Tbk mengalami penurunan pengungkapan nilai *Corporate Social Responsibility* tetapi nilai perusahaan mengalami peningkatan. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang mengemukakan bahwa semakin sering perusahaan mengungkapkan aktivitas sosialnya maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut. Hal yang sama juga terjadi pada perusahaan PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk dimana pada tahun 2016-2017 nilai keputusan investasi mengalami penurunan tetapi nilai perusahaannya mengalami peningkatan serta pada tahun 2016-2017 juga nilai *capital expenditure* mengalami peningkatan tetapi tidak diikuti dengan kenaikan nilai perusahaannya. Hal ini bertolak belakang dengan teori yang menyatakan bahwa apabila perusahaan memiliki keputusan investasi dan *capital expenditure* yang tinggi maka nilai perusahaan tersebut akan semakin meningkat. Pada tahun 2017-2018 perusahaan Budi Starch & Sweetener Tbk mengalami peningkatan nilai *leverage* tetapi nilai perusahaan juga ikut meningkat. Hal ini tidak sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa apabila suatu perusahaan memiliki tingkat *leverage* yang tinggi maka beban bunga semakin tinggi dan nilai perusahaan akan menurun.

STUDI LITERATUR

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai tanggung jawab sosial perusahaan



yang dilakukan oleh perusahaan akan menciptakan citra yang baik terhadap perusahaan (Alamsyah dan Malanua, 2021:167). perusahaan yang melakukan *Corporate Social Responsibility* akan mendapat respon positif dan apresiasi investor terhadap kinerja perusahaan sehingga harga saham akan naik dan menarik investor baru sehingga akan menciptakan nilai perusahaan yang tinggi (Sofiamira dan Asandimitra, 2017:200).

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Capital Expenditure Terhadap Nilai Perusahaan*

Capital expenditure yang dilakukan perusahaan dapat memperkecil risiko ketidaklancaran proses produksi dan apabila ada kerusakan pada aktiva tetap dapat segera diperbaiki sehingga kinerja perusahaan akan berjalan lancar (Mispiyanti, 2020:136). Perusahaan yang melakukan investasi modal cenderung dapat menarik para investor karena penggunaan *capital expenditure* diharapkan dapat meningkatkan pertumbuhan perusahaan di masa mendatang sehingga membawa keuntungan dan kinerja perusahaan dapat meningkat yang akan diikuti juga oleh kenaikan nilai perusahaan (Sofiamira dan Asandimitra, 2017:198).

H₂ : *Capital Expenditure* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh Keputusan Investasi Terhadap Nilai Perusahaan

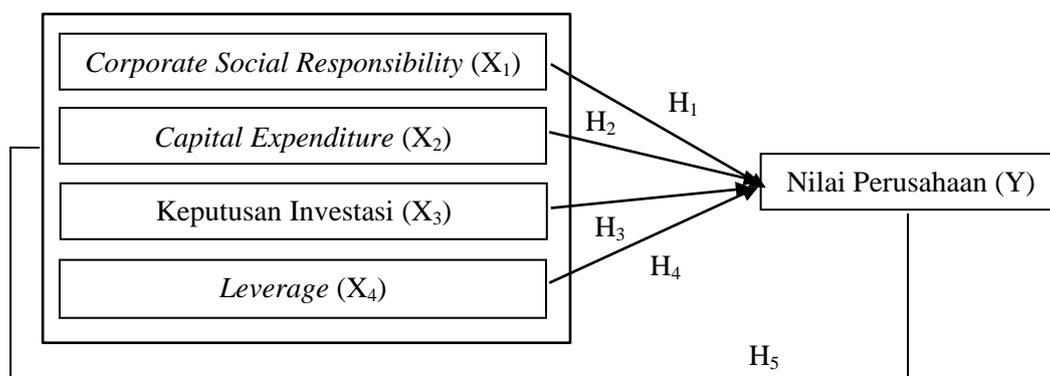
Keputusan investasi sebagai keputusan yang diambil manajer perusahaan dalam pengalokasian dana sehingga semakin tinggi keputusan investasi maka kepercayaan investor akan meningkat dan menyebabkan naiknya permintaan saham sehingga meningkatkan nilai perusahaan (Suardana et al, 2020:145) Keputusan investasi perusahaan terkait dengan penggunaan dana yang diharapkan dapat menghasilkan arus dana di masa mendatang dengan jumlah yang lebih besar sehingga perusahaan dapat selalu tumbuh dan berkembang serta lebih terencana sehingga akan menarik investor dan nilai perusahaan dapat meningkat pula (Wiranoto, 2021:335).

H₃ : Keputusan Investasi berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Pengaruh *Leverage Terhadap Nilai Perusahaan*

Leverage sebagai kebijakan perusahaan dalam penggunaan hutang atau pinjaman dalam modal perusahaan. Investor cenderung menghindari perusahaan yang memiliki nilai rasio *leverage* yang tinggi karena akan semakin tinggi pula risiko yang akan ditanggung perusahaan (Hidayat et al, 2020:215). Semakin besar *leverage* yang dimiliki perusahaan maka akan berdampak pada menurunnya kepercayaan investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan karena adanya beban bunga yang tinggi sehingga mengurangi laba menyebabkan nilai perusahaan menurun (Mesrawati et al, 2020:472).

H₄ : *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang diperoleh dari data sekunder dengan menggunakan sampel dan kriteria tertentu.

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2019. Pemilihan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* yaitu peneliti menggunakan sampel berdasarkan kriteria sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Pemilihan Sampel

No	Kriteria Perusahaan	Jumlah
1	Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di BEI periode 2016-2019	40
2	Perusahaan sektor consumer goods yang terdaftar di BEI yang tidak menerbitkan laporan keuangan yang diaudit secara berturut – turut selama periode 2016-2019	(7)
3	Perusahaan sektor consumers goods yang tidak memperoleh laba secara berturut – turut selama periode 2016-2019	(9)
Perusahaan yang memenuhi kriteria		24
Total Sampel Penelitian (24 x 4 Tahun)		96

Identifikasi Operasional Variabel

Tabel 3. Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
<i>Corporate Social Responsibility</i> (X ₁)	<i>Corporate Social Responsibility</i> adalah aksi yang muncul sebagai lanjutan dari tindakan sosial di luar kepentingan perusahaan dan diwajibkan secara hukum. Sumber : Ratih dan Subardjo (2018)	$CSRI = \frac{\sum X}{N}$ Sumber : Ratih dan Subardjo (2018)	Rasio
<i>Capital Expenditure</i> (X ₂)	<i>Capital Expenditure</i> adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka memperoleh aktiva tetap, meningkatkan efisiensi operasional dan memperpanjang masa manfaat aktiva tetap. Sumber : Harsono (2018)	$CAPEX = \frac{\text{Total Fixed Assets}}{\text{Total Assets}}$ Sumber : Harsono (2018)	Rasio
Keputusan Investasi (X ₃)	Keputusan investasi merupakan keputusan yang diambil manajer perusahaan dan dilakukan untuk mengalokasikan dana pada berbagai macam aktiva. Sumber : Suardana et al (2020)	$PER = \frac{\text{Harga Per Lembar Saham}}{\text{Laba Per Lembar Saham}}$ Sumber : Yudha et al (2021)	Rasio
<i>Leverage</i> (X ₄)	<i>Leverage</i> merupakan rasio yang mengukur sejauh mana pendanaan perusahaan berasal dari hutang dibandingkan dengan ekuitasnya. Sumber : Lani dan Sufiyati (2019)	$DER = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$ Sumber : Lani dan Sufiyati (2019)	Rasio
Nilai Perusahaan (Y)	Nilai perusahaan merupakan gambaran para investor dalam melihat kinerja dan prospek mendatang perusahaan. Sumber : Alamsyah et al (2021)	$\text{Tobin's } Q = \frac{MVS + D}{TA}$ Sumber : Mispianiti (2020)	Rasio

HASIL

Hasil pengolahan data digambarkan secara umum menggunakan pendeskripsian data dengan statistik deskriptif. Setelah uji analisis, data tidak lulus uji sehingga dilakukan transformasi dengan Ln dengan semua variabel tanpa mengurangi jumlah data yang diuji sebanyak 96 data.

Tabel 4. Statistik Deskriptif Setelah Transformasi
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
LN_CSR	96	-2,04	-,63	-1,2122	,32083
LN_CapEx	96	-2,81	-,39	-1,1012	,51794
LN_Keputusan_Investasi	96	-,50	4,04	2,8107	,64674
LN_Leverage	96	-1,90	2,16	-,6189	,79603
LN_Nilai_Perusahaan	96	-,82	2,29	,6507	,71270
Valid N (listwise)	96				

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan hasil analisis statistik deskriptif setelah transformasi dimana hasil tersebut memperoleh data (N) sebanyak 96 perusahaan dengan deskripsi sebagai berikut:

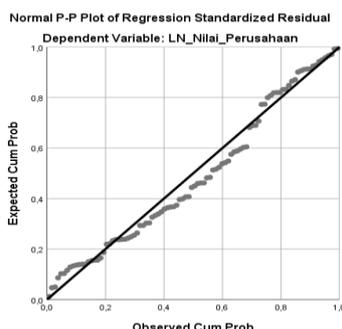
Variabel *Corporate social responsibility* memiliki nilai minimum sebesar -2,04 yang diperoleh PT Budi Starch & Sweetener Tbk dan nilai maksimum sebesar -0,63 diperoleh oleh PT Kimia Farma Tbk. Variabel *Capital expenditure* memiliki nilai minimum sebesar -2,81 yang diperoleh PT Delta Djakarta Tbk dan nilai maksimum sebesar -0,39 diperoleh oleh PT Pyridam Farma Tbk. Variabel Keputusan investasi memiliki nilai minimum sebesar 0,50 yang diperoleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk dan nilai maksimum sebesar 4,04 diperoleh oleh PT Kimia Farma Tbk. Variabel *Leverage* yang diprosikan dengan *Debt to Equity Ratio* memiliki nilai minimum sebesar -1,9 yang diperoleh PT Industri Jamu dan Farmasi Sido Tbk dan nilai maksimum sebesar 2,16 diperoleh oleh PT Indofood Sukses Makmur Tbk. Nilai perusahaan memiliki nilai minimum sebesar -0,82 yang diperoleh PT Wismilak Inti Makmur Tbk dan nilai maksimum sebesar 2,29 diperoleh oleh PT Multi Bintang Indonesia Tbk.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas Setelah Transformasi
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,58474897
Most Extreme Differences	Absolute	,085
	Positive	,085
	Negative	-,056
Test Statistic		,085
Asymp. Sig. (2-tailed)		,087 ^c

Hasil pengujian tersebut menghasilkan nilai *Asym. Sig* sebesar 0,087 yang berarti data memiliki nilai lebih besar dari 0,05 menunjukkan bahwa model regresi mempunyai data terdistribusi normal.



Gambar 2. Grafik Normal P-Plot Setelah Transformasi

Sesuai dengan gambar 2 maka dapat disimpulkan data terdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan titik-titik data yang menyebar mengikuti serta mendekati arah sumbu.

Uji Multikolinearitas

Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas Setelah Transformasi

Model (Constant)	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
LN_CSR	,821	1,218
LN_CapEx	,778	1,286
LN_Keputusan_Investasi	,858	1,166
LN_Leverage	,735	1,361

Sumber : Data Diolah SPSS

Tabel 6 menunjukkan jika variabel yang memiliki nilai VIF < 10 dan nilai *Tolerance* > 0,10 yang menandakan bahwa tidak terdapat multikolinearitas variabel dalam penelitian.

Uji Autokolerasi

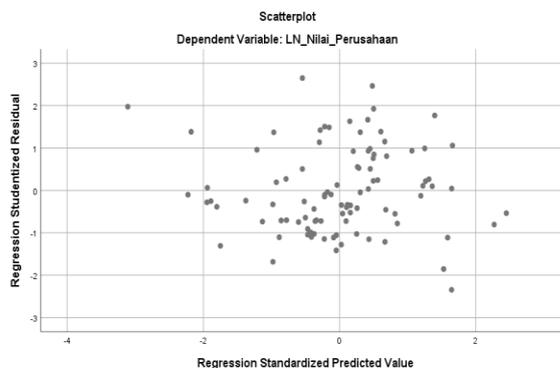
Tabel 7. Hasil Uji Autokolerasi Setelah Transformasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,572 ^a	,327	,297	,59746	1,793

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 7, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi yang didasarkan pada hasil nilai DW sebesar 1,793 berada pada $1,7553 < 1,793 < 2,2447$.

Uji Heterokedastisitas



Gambar 3. Uji Heterokedastisitas Setelah Transformasi

Berdasarkan gambar 3, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas yang tampak dari menyebarnya titik-titik data yang tidak membentuk pola tertentu.

Model Analisis Data

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,011	,477		-,022	,982
LN_CSR	,615	,211	,277	2,915	,004
LN_CapEx	-,369	,134	-,268	-2,752	,007
LN_Keputusan_Investasi	,385	,102	,350	3,767	,000
LN_Leverage	,136	,090	,152	1,510	,134

Sumber : Data Diolah SPSS

$$\text{Nilai Perusahaan} = -0,011 + 0,615\text{CSR} - 0,369\text{Capex} + 0,385\text{KI} + 0,136\text{Leverage}$$

1. Konstanta -0,011 menunjukkan bahwa nilai perusahaan adalah sebesar -0,011 apabila *corporate social responsibility, capital expenditure, keputusan investasi dan leverage* adalah nol.
2. Koefisien 0,615 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan CSR sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,615.
3. Koefisien 0,369 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan *Capital Expenditure* sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,369.
4. Koefisien 0,385 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan Keputusan Investasi sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,385.
5. Koefisien 0,136 diartikan apabila variabel lainnya dianggap konstan maka setiap peningkatan Leverage sebesar satu satuan maka Nilai Perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 0,136.

Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Tabel 10. Hasil Uji t

Variabel	t _{hitung}	Ket	t _{tabel}	Sig	Kesimpulan
CSR	2,915	>	1,98638	0,004	Signifikan
CapEx	2,752	>	1,98638	0,007	Signifikan
Keputusa_Investasi	3,767	>	1,98638	0,000	Signifikan
Leverage	1,510	<	1,98638	0,134	Tidak Signifikan

Sumber : Data Diolah SPSS

Hasil Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	15,771	4	3,943	11,045	,000 ^b
Residual	32,483	91	,357		
Total	48,254	95			

Sumber : Data Diolah SPSS

Berdasarkan tabel 11, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($11,045 > 2,47$) dan Sig. 0,000 artinya secara simultan *corporate social responsibility, capital expenditure, keputusan investasi dan leverage* berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Koefisien Determinasi

Tabel 9. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,572 ^a	,327	,297	,59746

Sumber : Data Diolah SPSS

Hasil angka koefisien korelasi adalah 0,297 yang berarti bahwa *Corporate Social Responsibility, Capital Expenditure, Keputusan Investasi dan Leverage* mempengaruhi Nilai Perusahaan sebesar 29,7% sedangkan sisanya 70,3% dijelaskan oleh faktor-faktor variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* memberi pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mesrawati et al (2020) serta Alamsyah dan Malanua (2021). *Corporate Social Responsibility* sebagai bentuk tanggung jawab sosial perusahaan terhadap *stakeholders* dimana perusahaan yang melaksanakan CSR dianggap memiliki kinerja sosial dan lingkungan yang baik sehingga akan menciptakan citra yang baik oleh investor terhadap perusahaan sehingga minat investor dalam berinvestasi akan semakin tinggi. Perusahaan akan mendapatkan respon positif oleh investor sehingga perusahaan akan dinilai baik oleh masyarakat dan lingkungan sekitar pula. Hal ini akan meningkatkan keuntungan dan reputasi perusahaan menjadi lebih baik sehingga nilai perusahaan akan meningkat.

Pengaruh *Capital Expenditure* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian tersaji pada tabel menunjukkan bahwa *capital expenditure* memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2019. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harsono (2018) dan Mispriyanti (2020). Pengalokasian pada penambahan, perbaikan atau peningkatan kualitas aktiva tetap akan menghasilkan manfaat jangka panjang terhadap perusahaan. Hal ini akan menghasilkan peluang investasi yang dapat menarik minat pada investor baru sehingga laba yang dihasilkan perusahaan akan semakin meningkat karena adanya tambahan modal dan harga saham akan meningkat dan mempengaruhi nilai perusahaannya. Tetapi dalam penelitian ini berlawanan dengan teori dimana *capital expenditure* memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Berpengaruh negatif dalam penelitian ini mengindikasikan bahwa *capital expenditure* dipandang investor sebagai suatu keadaan perusahaan yang tidak menentu untuk perusahaan *consumer goods* dalam penelitian ini dimana *capital expenditure* dalam pembelian aktiva baru baik dengan pembiayaan modal sendiri maupun hutang dalam jumlah besar yang belum tentu efisien dan mengurangi laba perusahaan akan menurunkan nilai perusahaannya.

Pengaruh Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian menyatakan bahwa keputusan investasi memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan pada sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2016-2019. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari dan Subardjo (2018) dan Yudha et al (2021). Keputusan investasi yang tepat akan menghasilkan kinerja yang optimal dalam menghasilkan keuntungan yang sama atau lebih besar dari yang diisyaratkan oleh pemilik modal. Dengan peningkatan keputusan investasi mengindikasikan bahwa keadaan perusahaan dalam keadaan sehat dan mengalami pertumbuhan dimana investasi yang tinggi dari perusahaan maka keuntungan di masa yang akan datang akan tinggi pula. Hal ini akan memberikan sinyal positif terhadap investor bahwa pengeluaran investasi memberikan indikasi prospek pertumbuhan dan pendapatan perusahaan yang baik untuk masa mendatang yang diharapkan dapat menarik investor dalam menanamkan modalnya sehingga harga saham akan meningkat dan nilai perusahaan akan ikut meningkat pula.

Pengaruh *Leverage* Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian yang dilakukan mengindikasikan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mesrawati et al (2020) dan Suhardi (2021). Penggunaan *leverage* dalam suatu perusahaan dapat memberikan pengaruh manfaat yang berbeda. Penggunaan hutang yang berlebihan akan mengurangi manfaat yang diterima karena manfaat tidak sebanding dengan beban bunga yang ditimbulkan sehingga perusahaan cenderung mengurangi proporsi hutang perusahaan dengan pendanaan melalui modal sendiri ataupun dengan laba ditahan. Selain itu perusahaan juga cenderung memanfaatkan hutang untuk menghindari beban pajak yang tinggi serta untuk diinvestasikan dan dikembangkan dalam aset sehingga tidak akan mempengaruhi kinerja perusahaan dan tidak memberikan pengaruh dominan dalam nilai perusahaannya.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang didapatkan berdasarkan pada hasil penelitian adalah bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Capital Expenditure* berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Keputusan Investasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara *leverage* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Serta *corporate social responsibility*, *capital expenditure*, keputusan investasi dan *leverage* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2019. Penelitian ini memiliki keterbatasan dimana dari ketiga variabel independen pada penelitian ini hanya mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan sebesar 29,7%.

REFERENSI

- Alamsyah, M. F., dan Malanua, W. (2021). Pengaruh *Investment Opportunity Set*, *Corporate Social Responsibility*, Dan Risiko Bisnis Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 11(2), 154-172.
- Bursa Efek Indonesia. *Indeks Laporan Keuangan Tahun 2016-2019 Perusahaan Consumer Goods*.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Kedelapan. Semarang: Bada Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harsono, Anwar. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Non Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 20(2), 117-126.
- Hidayat et al (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, *Leverage* dan CSR terhadap Nilai Perusahaan, Studi Kasus Perusahaan Jasa di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), 214-227.
- Lani dan Sufiyati (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage*, Dan Kepemilikan Institusional Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Paradigma Akuntansi*, 1(3), 798-807.
- Mesrawati et al (2020). Pengaruh *Corporate Social Expenditure (CSR)*, *Insitutional Ownership*, *Leverage*, *Asset Growth* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2017. *Warta Dharmawangsa*, 14(3), 468-484.
- Mispiyanti, M. (2020). Pengaruh Struktur Modal, *Capital Expenditure*, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan BUMN Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 20(02).
- Ratih, P. K., dan Subardjo, A. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Kebijakan Dividen, Profitabilitas, *Leverage* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(10).
- Sari, E. W. D., dan Subardjo, A. (2018). Pengaruh Keputusan Investasi, Keputusan Pendanaan dan Kebijakan Fividen terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi (JIRA)*, 7(10).
- Sofiamira, N. A., dan Asandimitra, N. (2017). *Capital Expenditure*, *Leverage*, *Good Corporate Governance*, *Corporate Social Responsibility*: Pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 20(2), 191-214.
- Suardana, I. K., Endiana, I. D. M., dan Arizona, I. P. E. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Kebijakan Utang, Kebijakan Dividen, Keputusan Investasi, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Kumpulan Hasil Riset Mahasiswa Akuntansi (KHARISMA)*, 2(2).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suhardi, Hanseto. (2021). Pengaruh *Leverage*, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 5(1), 77-81.
- Wiranoto, M. F. (2021). Pengaruh *Growth Opportunity*, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Keputusan Investasi terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Property, Real Estate & Building Construction Periode 2013-2017). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(1), 333-345.
- Yudha et al (2021). Analisis Pengaruh Keputusan Investasi, *Leverage* dan *Growth Opportunity* terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 461-471.