

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis semakin berkembang pesat, terbukti dari semakin banyaknya perusahaan yang muncul di berbagai sektor, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat persaingan (Meifari, 2023). Kondisi ini menuntut perusahaan untuk mampu beradaptasi melalui penguatan modal, pengembangan strategi, penciptaan inovasi, serta peningkatan reputasi di mata konsumen dan investor agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha (Wijaya & Setyawan, 2025). Secara umum, setiap perusahaan memiliki target yang ingin dicapai, baik dalam tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Girsang & Utami, 2022). Tujuan jangka pendek berfokus memperoleh laba, sedangkan tujuan jangka panjang menekankan keberlanjutan usaha serta pemberian manfaat ekonomi dan sosial bagi pemangku kepentingan, sehingga pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Rosyid et al., 2022). Peningkatan nilai perusahaan akan memaksimalkan laba sekaligus meningkatkan kesejahteraan pemilik dan pemegang saham (Wijaya & Setyawan, 2025).

Nilai perusahaan merupakan konsep penting dalam keuangan perusahaan yang mencerminkan nilai ekonomi dari suatu entitas seperti yang diidentifikasi oleh pasar (Mirnasari et al., 2025). Nilai tersebut tidak hanya dipengaruhi oleh hasil keuangan yang ada saat ini, tetapi juga oleh ekspektasi investor terkait arus kas di masa mendatang, perkembangan, serta kapasitas perusahaan dalam menghasilkan kesejahteraan bagi pemegang saham (Oktary, 2025). Dalam ranah pasar modal, nilai perusahaan terlihat melalui harga saham serta total kapitalisasi pasar yang dipengaruhi oleh informasi keuangan maupun non keuangan yang disampaikan oleh perusahaan (Mirnasari et al., 2025). Nilai perusahaan yang tinggi akan menarik perhatian investor, karena dianggap menawarkan kesempatan untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Indikator ini dapat dilihat melalui jumlah dan nilai saham yang diterbitkan perusahaan di pasar modal (Julyanti, 2025). Dengan demikian, nilai perusahaan

menjadi indikator yang menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam memberikan keyakinan terhadap kinerja perusahaan dan prospek bisnisnya (Suzan & Ardiansyah, 2023). Nilai perusahaan juga mencerminkan nilai jual perusahaan sebagai entitas yang beroperasi, yang terlihat melalui nilai surat berharga utang maupun ekuitas (Ivani & Efendi, 2025).

Berdasarkan perkembangan perusahaan dan persaingan saat ini, perusahaan dibagi menjadi beberapa sektor yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI), salah satunya yaitu sektor *consumer non-cyclical*. Sektor ini memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa yang bersifat primer yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Sektor *consumer non-cyclical* mencakup seperti makanan, minuman, dan bahan pokok. Menurut Purba et al. (2025) Perusahaan sektor *consumer non-cyclical* tidak terpengaruh terhadap perubahan musiman atau dalam kondisi perekonomian. Jenis perusahaan ini memiliki karakteristik usaha yang cenderung stabil dalam harga dan menjanjikan di masa yang akan datang (Hayatina & Wardani, 2025). Saham *consumer non-cyclical* sering direkomendasikan untuk investor pemula karena tingkat risikonya yang lebih rendah daripada saham *cyclical* (Nadya & Sari, 2023). Hal ini menarik untuk diteliti karena melihat bagaimana stabilitas tersebut berkontribusi pada nilai perusahaan, terutama dalam jangka panjang.

Namun demikian terdapat fenomena yang terjadi yaitu rata-rata nilai perusahaan pada perusahaan *consumer non cyclical*s yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024 mengalami penurunan (Putri & Ambarita, 2025). Perusahaan yang terus mengalami pelemahan harga saham selama tahun 2022 adalah PT Mayora Indah Tbk (MYOR), yang menyampaikan bahwa kinerja untuk tiga bulan pertama 2022 (Ramadhani & Melani, 2022) laba tahun berjalan turun signifikan sebesar 62,81%, menjadi Rp 306 miliar, dari yang sebelumnya Rp 822,87 miliar (Putri & Ambarita, 2025). Faktor turunnya laba bersih pada MYOR disebabkan kenaikan harga bahan baku, sehingga menekan keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan (Timorria, 2022). Laporan keuangan MYOR memperlihatkan beban bahan baku dan kemasan mengalami peningkatan, dari Rp3,94 triliun pada kuartal I 2021 menjadi Rp4,72 triliun

pada kuartal I 2022. Penurunan laba bersih serta laba per saham pada MYOR tersebut dijadikan informasi negatif bagi para investor sehingga menyebabkan penurunan pada nilai perusahaan (Putri & Ambarita, 2025).

Kemudian PT Japfa Comfeed Indonesia (JPFA) pada tahun 2023 membuat investor kecewa. Laba perseroan turun hampir 30% menjadi Rp1,49 triliun pada desember 2023, meskipun secara pendapatan meningkat 9% dari periode 2022 ke 2023, tetapi tingginya beban-beban perusahaan masih tetap menurunkan laba bersih. Hal tersebut dapat memberikan dampak negatif terhadap nilai perusahaan dikarenakan penurunan laba bersih dan harga penjualan berdampak terhadap nilai perusahaan (Syadilah & Dewi, 2025).

Dilansir dari laman Kompasiana.com pada 17 juni 2025, PT Astra Agro Lestari Tbk (AALI) tengah menghadapi tantangan yang mengancam keberlanjutan bisnisnya. Sejumlah perusahaan internasional seperti L'Oréal, Nestle, Colgate-Palmolive Danone, dan PepsiCo menanggapi Astra AALI dari rantai pasok minyak sawit mereka. Keputusan tersebut muncul setelah beredarnya isu pelanggaran HAM berupa perampasan lahan, kriminalisasi kepada masyarakat serta kerusakan lingkungan akibat praktik bisnis yang dilakukan AALI. Selain itu, kasus operasi tanpa izin resmi di kawasan hutan lindung dan lahan negara yang dikuasai BUMN, serta beberapa anak perusahaan AALI diduga kuat tidak memiliki hak guna usaha yang sah, namun tetap menjalankan operasi sawit, sehingga menimbulkan potensi pelanggaran hukum yang signifikan. Dampak dari rangkaian kasus tersebut dapat dilihat pada kinerja saham AALI, yang terus mengalami penurunan secara signifikan hingga 45,08% dalam lima tahun terakhir. Penurunan tersebut juga disertai dengan berkurangnya jumlah investor aktif yang menandakan hilangnya kepercayaan pasar terhadap prospek perusahaan. Pada bulan juli 2024 jumlah investor AALI masih tercatat di angka 21.861 investor, namun di akhir tahun hanya tersisa 21.007 investor (Vauzi, 2024).

Secara keseluruhan, sektor *consumer non-cyclicals* di Indonesia menghadapi tantangan terkait nilai perusahaan. Oleh karena itu, pihak manajemen harus bekerja keras untuk mengoptimalkan nilai perusahaan. Adapun faktor-faktor yang dapat

memengaruhi nilai perusahaan, antara lain *Corporate Social Responsibility*, Struktur Modal, dan Efisiensi Operasional. Berdasarkan fenomena yang telah dipaparkan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antar variabel dari CSR, struktur modal, dan efisiensi operasional terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *sektor consumer non cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2022-2024.

Faktor pertama yang mempengaruhi nilai perusahaan yaitu CSR. Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), CSR didefinisikan sebagai komitmen dunia usaha untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi berkelanjutan melalui kerja sama terhadap karyawan, perwakilan mereka, serta masyarakat luas guna meningkatkan kualitas hidup dengan cara yang bermanfaat bagi dunia usaha dan pembangunan. Pelaksanaan CSR memberikan berbagai manfaat bagi perusahaan, antara lain memperkuat persepsi positif masyarakat dan investor terhadap reputasi serta identitas perusahaan, membangun kepercayaan dan loyalitas para pemangku kepentingan, mengurangi risiko sosial dan lingkungan yang dapat berdampak negatif pada operasional perusahaan, serta mendukung keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang (Jao et al., 2023).

Selain itu, CSR meningkatkan publisitas perusahaan di mata masyarakat, yang selanjutnya mendorong kepercayaan dan minat investor untuk menanamkan modal serta membeli saham perusahaan yang memiliki reputasi baik dan prospek pertumbuhan, sehingga berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan (Yuwono et al., 2023). CSR juga merupakan bentuk kontribusi perusahaan dalam menciptakan keberlanjutan sosial dan lingkungan, yang dapat meningkatkan loyalitas pelanggan serta daya tarik perusahaan di pasar (Laili & Mukhibad, 2025). Reputasi yang baik dan hubungan yang positif dengan berbagai pemangku kepentingan memungkinkan perusahaan meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat daya saing, serta mendorong kenaikan harga saham, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan (Husnah & Primaningsih, 2024).

Melalui pelaksanaan dan pengungkapan CSR, perusahaan memperoleh legitimasi sosial dan penerimaan masyarakat, sehingga mampu meminimalkan potensi konflik

sosial serta mendukung keberlanjutan operasional (Gemellia et al., 2025). Seiring meningkatnya perhatian investor terhadap aspek lingkungan dan sosial, keterlibatan perusahaan dalam CSR menjadi faktor penting dalam pengambilan keputusan investasi dan pembentukan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan (Putra & Witono, 2025). Persepsi positif yang terbentuk melalui CSR meningkatkan kepercayaan dan kredibilitas perusahaan di mata investor, mendorong meningkatnya minat investasi, yang tercermin pada kenaikan permintaan dan harga saham, sehingga berdampak langsung pada peningkatan nilai perusahaan (Yusmaniarti et al., 2023). Dengan demikian, perusahaan yang secara konsisten dan transparan melaksanakan CSR cenderung memperoleh penilaian yang lebih baik dari investor serta mampu meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan.

Menurut Apriliani et al. (2025) implementasi CSR yang efektif dapat meningkatkan persepsi investor terhadap keberlanjutan usaha dan menciptakan citra positif bagi perusahaan, yang pada gilirannya berdampak positif pada nilai perusahaan. Sedangkan, hasil penelitian Zahara & Harahap (2022), menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan karena tingkat pengungkapan CSR belum dilakukan secara menyeluruh, dikarenakan laporan tahunan yang belum memenuhi standar GRI G4, khususnya pada aspek keberlanjutan. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Hasanah & Oktavianna (2025) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, CSR tidak dimaksudkan sebagai upaya untuk meningkatkan nilai ekonomi yang tercermin dari nilai perusahaan tetapi sebagai tindakan perusahaan untuk bertanggung jawab terhadap lingkungan.

Faktor kedua yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah struktur modal. Struktur modal menunjukkan bagaimana perusahaan memadukan sumber pendanaan internal dan eksternal untuk membiayai kegiatan operasional dan investasi, yang pada akhirnya berdampak pada persepsi pasar terhadap kinerja dan prospek perusahaan (Sari & Wiyanto, 2022). Menurut Irawati et al. (2022) Penggunaan utang sebagai sumber pendanaan dapat dimanfaatkan perusahaan untuk mempercepat perkembangan perusahaan. Apabila diiringi dengan pengelolaan operasional yang optimal

penggunaan utang berpotensi meningkatkan nilai tambah perusahaan (Hapsari & Retnosari, 2023). Perusahaan yang memanfaatkan hutang dalam operasionalnya dapat mengurangi beban pajak, karena pajak dihitung berdasarkan laba operasi setelah dikurangi bunga hutang (Meirisa, 2024). Kondisi ini memperkuat keterkaitan antara struktur modal dan nilai perusahaan, karena peningkatan laba dan efisiensi biaya modal dapat mendorong kenaikan harga saham (Kusumowati & Tere, 2025).

Struktur modal juga berperan sebagai sinyal bagi investor dalam menilai kinerja dan risiko perusahaan (Ayem & Ina, 2023). Tingginya penggunaan utang sering dipersepsikan sebagai bentuk keyakinan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya serta prospek usaha di masa depan (Adityaputra & Perdana, 2024). Manajemen tidak akan meningkatkan beban utang apabila perusahaan berada dalam kondisi yang tidak menguntungkan (Ramadhanti & Fidiana, 2023). Oleh karena itu, keputusan pendanaan melalui utang dapat memberikan sinyal positif yang meningkatkan kepercayaan investor, yang mengindikasikan entitas memiliki potensi cerah dimasa mendatang sehingga berdampak pada permintaan saham dan berbanding lurus dengan peningkatan nilai perusahaan (Kammagi & Veny, 2023). Keseimbangan struktur modal menjadi salah satu aspek dalam upaya memaksimalkan nilai perusahaan. Struktur modal yang optimal memungkinkan perusahaan menyeimbangkan penggunaan utang dan ekuitas sehingga biaya modal menjadi lebih efisien dan risiko keuangan dapat dikendalikan (Purba et al., 2025). Informasi mengenai total utang dan ekuitas menjadi dasar bagi investor dalam menilai risiko, biaya modal, serta persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan (Kusumowati & Tere, 2025). Dengan demikian, struktur modal memiliki keterkaitan terhadap nilai perusahaan.

Menurut Fahira et al. (2025) struktur modal berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Ini sejalan dengan teori *signaling*, yang menyatakan bahwa keputusan keuangan perusahaan merupakan sinyal terhadap investor mengenai kondisi dan prospek bisnisnya, sejalan dengan temuan Mayasari et al. (2024). Namun, temuan ini bertolak belakang dengan hasil penelitian Rahayu et al. (2023) yang menyatakan

bahwa struktur modal berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut disebabkan oleh kecenderungan investor yang lebih memperhatikan kemampuan perusahaan dalam mengelola dananya secara efektif dan efisien untuk menghasilkan keuntungan, dibandingkan dengan sekadar besarnya proporsi utang yang digunakan. Sedangkan menurut Haryadi et al. (2025) struktur modal tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan struktur modal bukan menjadi faktor langsung bagi investor dalam menanamkan modalnya pada perusahaan. Investor lebih mengutamakan informasi bagaimana pihak internal perusahaan menggunakan dana tersebut sebagai modal perusahaan (Burhan & Bagana, 2024).

Efisiensi operasional berperan sebagai faktor mediasi untuk mendukung pengaruh CSR dan struktur modal terhadap peningkatan nilai perusahaan. Efisiensi operasional mencerminkan sejauh mana perusahaan mampu memanfaatkan seluruh aset yang dimiliki secara optimal dalam kegiatan operasional untuk menghasilkan pendapatan (Novianty et al., 2022). Pengelolaan aset yang efisien memungkinkan perusahaan menghasilkan penjualan yang lebih tinggi dengan penggunaan sumber daya yang lebih optimal, sehingga berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan (Kaujan & Andriyani, 2025). Efisiensi operasional juga menjadi salah satu indikator penting yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menggunakan sumber daya yang dimilikinya secara efektif untuk mencapai tujuan bisnis (Choirunisa & Susanto, 2025). Perusahaan dengan tingkat efisiensi yang tinggi cenderung mampu mengoptimalkan pemanfaatan aset dan mengendalikan biaya operasional, sehingga menghasilkan output maksimal dengan biaya yang minimal (Permana & Musthofa, 2023). Kondisi ini memungkinkan perusahaan mengalokasikan dana secara lebih optimal, meningkatkan kinerja keuangan, serta memperoleh laba yang lebih besar, yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan (Suzan & Ardiansyah, 2023).

Efisiensi operasional tidak hanya berfokus pada pengendalian biaya dan peningkatan produktivitas, tetapi juga mencakup kemampuan perusahaan dalam merespons perubahan pasar, meningkatkan kualitas layanan, serta menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan (Nasution, 2023). Efisiensi operasional yang

menunjukkan kemampuan manajemen terkait pengelolaan aset yang efisien dalam menciptakan penjualan dan menghasilkan laba yang tinggi akan direspons positif oleh investor, sehingga mendorong peningkatan nilai perusahaan (Sanjaya et al., 2025). Sebaliknya, ketidakmampuan perusahaan dalam mengoptimalkan aset, yang dapat menurunkan kepercayaan investor dan berdampak negatif terhadap nilai perusahaan (Thamrin et al., 2025).

Hasil penelitian Kaujan & Andriyani (2025), efisiensi operasional berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin efisien perusahaan dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan penjualan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan yang terbentuk sebagaimana dipersepsikan oleh pasar. Sementara itu, Wildan & Yulianti (2021) menemukan bahwa efisiensi operasional berpengaruh negatif. Hal ini terjadi ketika perusahaan mampu menciptakan penjualan yang tinggi, tetapi tidak diimbangi dengan kemampuan mengelola beban operasional secara efektif, sehingga pertumbuhan laba menurun atau bahkan menjadi negatif. Kondisi tersebut dapat menurunkan kepercayaan investor dan pada akhirnya berdampak pada penurunan nilai perusahaan. Namun hasil penelitian Novianty et al. (2022), menyatakan variabel efisiensi operasional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat efisiensi dalam aktivitas operasional belum tentu secara langsung tercermin dalam penilaian pasar dikarenakan investor juga mempertimbangkan faktor-faktor lain.

Berdasarkan penjelasan terhadap antar variabel maka, efisiensi operasional dipandang mampu berperan sebagai variabel mediasi dalam hubungan antara CSR dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Kebijakan CSR dan keputusan pendanaan perusahaan dapat memengaruhi efektivitas pengelolaan sumber daya dan kegiatan operasional perusahaan. Implementasi CSR dapat meningkatkan reputasi perusahaan, memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, serta mendukung kelancaran proses bisnis sehingga penggunaan sumber daya menjadi lebih efektif. Di sisi lain, struktur modal yang optimal memungkinkan perusahaan memperoleh sumber pendanaan yang memadai untuk mendukung aktivitas operasional, investasi pada aset

produktif, dan pengendalian biaya. Kondisi tersebut mendorong peningkatan efisiensi operasional perusahaan. Peningkatan efisiensi operasional selanjutnya memungkinkan perusahaan menghasilkan kinerja yang lebih baik, memperoleh laba yang lebih tinggi, dan memberikan sinyal positif kepada investor mengenai prospek perusahaan di masa mendatang. Respons positif investor tersebut pada akhirnya akan mendorong peningkatan nilai perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu menunjukkan bahwa masih terdapat ketidakselarasan hasil terkait faktor-faktor yang memengaruhi nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan temuan tersebut membuat penulis tertarik untuk meneliti kembali nilai perusahaan dengan menggunakan *Corporate Social Responsibility*, Struktur Modal, dan Efisiensi Operasional. Penelitian sebelumnya dilakukan oleh Rosyid et al. (2022), dengan judul *Firm Value: Csr Disclosure, Risk Management and Good Corporate Governance Dimensions*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Rosyid et al. (2022) terletak pada penggunaan variabel mediasi. Pada penelitian sebelumnya menggunakan GCG sebagai variabel moderasi sedangkan penelitian ini memakai efisiensi operasional sebagai variabel mediasi. Selain itu, variabel independen manajemen risiko yang digunakan oleh penelitian terdahulu diganti menjadi struktur modal. Sementara itu, variabel CSR tetap dipertahankan sebagai variabel independen sebagaimana digunakan dalam penelitian terdahulu. Sampel penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan sektor *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2022 hingga 2024. Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul **“Peran Efisiensi Operasional Dalam Memediasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dalam penelitian ini terdapat beberapa masalah yang diidentifikasi, yaitu:

1. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan?

2. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap efisiensi operasional?
4. Apakah struktur modal berpengaruh terhadap efisiensi operasional?
5. Apakah efisiensi operasional berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
6. Apakah efisiensi operasional memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan?
7. Apakah efisiensi operasional memediasi hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini diantaranya:

1. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
2. Untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menganalisis pengaruh *corporate social responsibility* terhadap efisiensi operasional.
4. Untuk menganalisis pengaruh struktur modal terhadap efisiensi operasional.
5. Untuk menganalisis pengaruh efisiensi operasional terhadap nilai perusahaan.
6. Untuk menganalisis efisiensi operasional dalam memediasi hubungan antara *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
7. Untuk menganalisis efisiensi operasional dalam memediasi hubungan antara struktur modal terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

Melalui penelitian ini, manfaat yang dapat diperoleh antara lain:

I. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang akuntansi keuangan dan manajemen keuangan perusahaan, dengan memperkaya literatur mengenai hubungan

corporate social responsibility, struktur modal, efisiensi operasional, dan nilai perusahaan.

II. Manfaat Praktis

1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi manajemen perusahaan dalam meningkatkan efisiensi operasional sebagai strategi untuk mengoptimalkan kinerja keuangan dan nilai perusahaan. Selain itu, hasil penelitian dapat membantu perusahaan memahami pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* yang berkualitas dan pengelolaan struktur modal yang optimal, agar dapat menciptakan nilai tambah dan memperkuat reputasi.

2) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi tambahan dalam pengambilan keputusan investasi, khususnya dengan mempertimbangkan faktor non-keuangan seperti *corporate social responsibility*. Investor dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai dasar untuk menilai perusahaan yang berkomitmen pada tanggung jawab sosial dikarenakan dapat mencerminkan stabilitas dan potensi peningkatan nilai saham jangka panjang.

3) Bagi Akademisi

Sebagai bahan referensi dan bahan evaluasi bagi peneliti selanjutnya di masa mendatang, khususnya yang akan melakukan penelitian terkait *corporate social responsibility* dan tata kelola perusahaan yang berlaku di sektor *consumer non-cyclicals*.

1.5 Ruang Lingkup atau Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini terdapat beberapa pembatasan masalah, yaitu:

1. Populasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada perusahaan *consumer non-cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dengan tahun pengamatan penelitian yang masih terbatas yaitu dari tahun 2022 hingga 2024.

2. Variabel penelitian

Penelitian ini membatasi variabel-variabel yang dianggap dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal, dengan Efisiensi Operasional sebagai variabel mediasi.

1.6 Sistematika Penulisan

Bagian ini ditunjukkan untuk memudahkan pembaca dalam memahami inti dari penelitian. Melalui sistematika ini, pembaca dapat memperoleh gambaran mengenai susunan dan pembahasan pada setiap bab dalam penelitian. Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan gambaran umum penelitian dan permasalahan yang melatarbelakangi dilaksanakannya penelitian. Uraian dalam bab ini mencakup latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, ruang lingkup atau batasan masalah, serta sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan landasan teori yang menjadi dasar dalam penelitian yaitu teori sinyal. Selain itu bab ini memuat tinjauan pustaka yang menjelaskan pokok bahasan dari peran efisiensi operasional dalam memediasi pengaruh *corporate social responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan. Pada bab ini juga disajikan hasil-hasil penelitian terdahulu yang relevan sebagai acuan dalam penelitian, kerangka

pemikiran yang menggambarkan hubungan antarvariabel, serta perumusan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, termasuk penjelasan mengenai populasi dan sampel perusahaan, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, definisi operasional setiap variabel penelitian beserta pengukurannya, serta analisis data yang digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan uraian hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, serta pembahasan hasil penelitian dengan mengaitkannya pada teori, penelitian terdahulu, dan metode analisis yang digunakan dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis dan pembahasan, keterbatasan yang dihadapi selama penelitian, serta saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.