

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS PENELITIAN

A. Kajian Pustaka

2.1 Teori Pemangku Kepentingan (*Stakeholder Theory*)

Sejak awal tahun 1970-an telah dikenal konsep tanggung jawab sosial yang sering disebut dengan teori pemangku kepentingan atau *stakeholder theory* yang berarti kebijakan dan praktik yang berkaitan dengan pemangku kepentingan atau *stakeholder*, nilai-nilai, kepatuhan terhadap hukum, penghormatan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta sebagai tanggung jawab dunia usaha untuk mendorong dalam pembangunan secara berkelanjutan (Hutagalung & Putra, 2022). Teori ini pertama pertama kali diperkenalkan Freeman (1994) dan menyarankan agar manajer menggunakan kosakata berdasarkan konsep “pemangku kepentingan” (Ghozali, 2020).

Teori pemangku kepentingan memandang perusahaan sebagai sekumpulan pemangku kepentingan, yaitu sekelompok individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh tindakan perusahaan dalam mencapai tujuan perusahaan (Widiatmoko, 2020). Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa perusahaan bukanlah suatu entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lain). Dukungan yang

diberikan kepada perusahaan oleh kelompok pemangku kepentingan sangat mempengaruhi eksistensi perusahaan. Gray, Kouhy dan Adam (1994) mengatakan bahwa kelangsungan hidup suatu perusahaan bergantung pada dukungan para pemangku kepentingannya dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin kuat kelompok pemangku kepentingan, semakin besar pula upaya perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dan pemangku kepentingannya (Ghozali, 2020). Perusahaan selalu berinteraksi dengan seluruh pemangku kepentingan atau *stakeholder* baik secara langsung maupun tidak langsung. Melaksanakan pemantauan dan evaluasi merupakan langkah penting dalam memahami hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan, terutama melalui manajemen yang memastikan adanya legitimasi dalam menentukan kebijakan dan menanggapi kebutuhan pemangku kepentingan atau *stakeholder* (Firdausy, 2023).

Hubungan pemangku kepentingan dengan suatu perusahaan digambarkan sebagai hubungan pertukaran, yaitu kelompok yang memberikan kontribusi kepada perusahaan dan mengharapkan kepentingannya terwujud. Masyarakat dipandang sebagai pemangku kepentingan karena mereka membayar pajak yang digunakan untuk pembangunan sehingga perusahaan dapat beroperasi. Sebaliknya, masyarakat mengharapkan perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup mereka (Nida, 2022). Pada akhirnya antara pemangku kepentingan dengan

perusahaan tidak hanya didasarkan pada kepatuhan hukum saja, namun juga memerlukan komitmen yang menghormati nilai-nilai keberadaan masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat dicapai melalui strategi yang tidak hanya kreatif namun juga melibatkan pemberdayaan masyarakat di sekitarnya (Firdausy, 2023). Dengan demikian, tujuan utama teori ini adalah untuk membantu perusahaan memahami lingkungan pemangku kepentingannya..

2.2 Nilai Perusahaan

2.2.1 Pengertian Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan faktor yang sangat penting yang harus diketahui investor sebelum memutuskan untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Menurut Firdausy (2023) nilai perusahaan adalah sekumpulan nilai yang mencakup nilai pasar dari seluruh surat berharga utang dan ekuitas perusahaan yang saat ini beredar di pasar. Menurut Hernita (2019) Nilai suatu perusahaan merupakan pendapat investor terhadap tingkat keberhasilan suatu perusahaan yang erat kaitannya dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi juga meningkatkan nilai perusahaan dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga prospek di masa depan. Menurut Armika & Suryanawa (2018) nilai suatu perusahaan merupakan salah satu tanggapan investor terhadap keberhasilan perusahaan dalam mengelola sumber daya perusahaan.

Nilai perusahaan penting karena mencerminkan pertumbuhan dan efisiensi manajemen suatu perusahaan. Menurut Agesta (2019) nilai perusahaan merupakan nilai yang mengukur seberapa penting sebuah perusahaan di mata para pelanggannya. Nilai suatu perusahaan adalah harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Tujuan utama suatu perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan atau nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting karena memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham, hal ini merupakan hal yang penting untuk dicapai oleh manajemen perusahaan. Memaksimalkan kekayaan pemegang saham dapat berarti memaksimalkan harga saham perusahaan. Meskipun perusahaan mempunyai tujuan lain, memaksimalkan harga saham adalah tujuan yang paling penting (Sutama & Lisa, 2018). Kekayaan pemegang saham dan perusahaan diwakili oleh harga saham yang mencerminkan keputusan investasi keuangan dan manajemen aset. Harga pasar saham suatu perusahaan yang terbentuk pada saat terjadinya transaksi antara pembeli dan penjual disebut nilai pasar perusahaan, karena harga pasar saham dianggap cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Nilai perusahaan yang terbentuk melalui indikator nilai pasar saham sangat dipengaruhi oleh peluang investasi. Adanya peluang investasi dapat memberikan sinyal positif mengenai

pertumbuhan perusahaan di masa depan, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Hernita, 2019).

2.2.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan

Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang peneliti identifikasi berdasarkan peneliti terdahulu. Berikut faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan dan hasil analisisnya menurut Hernita (2019), yaitu :

a. Profitabilitas

Menurut Handayani *et al* (2021) rasio profitabilitas merupakan rasio yang mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari total penjualan, modal dan aset yang digunakan oleh perusahaan. Selain itu, rasio profitabilitas ini juga berfungsi untuk mengevaluasi efektivitas kinerja keuangan perusahaan.

b. Leverage

Menurut Chynthiawati & Jonnardi (2022) *leverage* adalah kemampuan suatu perusahaan dalam menggunakan dana dari pinjaman untuk menghasilkan *return* (pengembalian) yang baik. *Leverage* dapat menjadi sesuatu yang harus dipertimbangkan oleh investor dan kreditur ketika mengevaluasi investasi. Munculnya *leverage* disebabkan karena kegiatan operasional perusahaan yang menggunakan aktiva dan sumber dana yang dapat menimbulkan beban tetap, dimana beban tetap tersebut adalah aktiva tetap yang

dapat menimbulkan biaya penyusutan dan hutang yang dapat menimbulkan bunga.

c. Kebijakan Dividen

Menurut Umbung *et al* (2021) kebijakan dividen adalah keputusan yang diambil apakah laba akhir tahun dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen atau digunakan sebagai laba ditahan untuk menambah modal dalam pembiayaan investasi dimasa yang akan datang. Kebijakan dividen berkaitan dengan penentuan seberapa besar laba bersih yang akan dibagikan kepada pemegang saham sebagai dividen, baik secara penuh maupun laba ditahan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi semakin tinggi dividen yang dibagikan membawa sinyal positif bagi investor, karena besarnya dividen yang dibagikan menentukan harga saham. Peningkatan pembayaran dividen berpengaruh baik terhadap nilai perusahaan.

d. Pertumbuhan Perusahaan

Menurut Chynthiawati & Jonnardi (2022) pertumbuhan perusahaan merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam mempertahankan posisi keuangannya dalam menghadapi pertumbuhan ekonomi dan industri. Pertumbuhan perusahaan dapat menggambarkan apakah suatu perusahaan mengalami perkembangan atau tidak.

e. Ukuran Perusahaan

Menurut Widianingsih & Hakim (2021) ukuran perusahaan merupakan ukuran kekuatan finansial suatu perusahaan. Pengertian dari ukuran perusahaan sendiri yaitu skala yang dapat digunakan untuk mengklasifikasikan ukuran perusahaan dengan berbagai cara misalnya dengan total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil (*small firm*). Besar kecilnya perusahaan ditentukan berdasarkan total aset perusahaan.

2.2.3 Indikator Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Ayu *et al* (2023) nilai perusahaan dapat diukur menggunakan beberapa indikator, yaitu :

a *Earning Per Share* (EPS)

Menurut Ayu *et al* (2023) *Earning Per Share* merupakan rasio pengukuran keberhasilan manajemen dalam mendapatkan keuntungan bagi perusahaan maupun investor. Sehingga rasio ini menggambarkan representasi jumlah dana yang diterima oleh pemilik saham atas setiap lembar saham yang dimiliki. Rumus untuk menghitung *Earning Per Share* (EPS), yaitu :

$$Earning\ Per\ Share = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Jumlah saham yang beredar}}$$

b *Price to Book Value* (PBV)

Menurut Fauziah (2018) *Price to Book Value* (PBV) menunjukkan seberapa besar kapitalisasi pasar terhadap nilai buku saham suatu perusahaan, sehingga semakin tinggi *Price to Book Value* (PBV) maka semakin tinggi pula nilai pasar perusahaan tersebut. *Price to Book Value* (PBV) dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Price\ to\ Book\ Value\ (PBV) = \frac{Harga\ Saham}{Book\ value}$$

Book Value diperoleh dengan membagi total aset bersih (aset-hutang) dengan total saham yang beredar.

c *Price Earning Ratio* (PER)

Menurut Siregar & Dani (2019) *Price earning Ratio* (PER) merupakan salah satu pendekatan yang sering digunakan oleh analis sekuritas untuk menilai suatu saham, atau untuk membandingkan harga pasar suatu saham dengan *Earning Per Share* (EPS) dari saham tersebut. *Price Earning Ratio* dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Price\ Earning\ Ratio = \frac{Harga\ saham}{Laba\ Bersih\ Per\ Saham}$$

d Tobin's Q

Menurut Ria & Prastyatini (2021) Tobin's Q adalah alat pengukuran keuangan modern yang diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1971 untuk menggambarkan kapitalisasi pasar

dan total aset dibandingkan terhadap nilai buku dari total aset.

Tobin's Q diukur dengan rumus sebagai berikut :

$$Tobin's\ Q = \frac{MVE + DEBT}{TA}$$

MVE = nilai pasar ekuitas saham (jumlah saham beredar x harga penutupan)

DEBT = nilai buku dari hutang

TA = nilai buku dari total aset

Penelitian ini menggunakan rasio Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan karena rasio ini dapat menunjukkan apakah aset perusahaan dihargai lebih tinggi atau lebih rendah daripada biaya untuk menggantinya, memberikan gambaran yang lebih realistis tentang evaluasi perusahaan dengan membandingkan nilai pasar dan biaya pengganti aset, ukuran yang bersifat *forward-looking* karena didasarkan pada harga saham, ukuran berbasis pasar mencerminkan pandangan pemangku kepentingan eksternal sehingga dapat menggambarkan nilai jangka panjang di masa depan, dan Tobin's Q dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan-perusahaan antar industri (Aisanafi, 2022). Menurut Dzahabiyya *et al* (2020) skors dari rasio Tobin's Q, yaitu :

- 1) Tobin's Q > 1, berarti manajemen perusahaan berhasil dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan (*overvalued*),
- 2) Tobin's Q < 1, berarti manajemen perusahaan telah gagal dalam mengelola aktiva atau aset perusahaan (*undervalued*),

- 3) Tobin's $Q = 1$, berarti manajemen perusahaan stagnan dalam mengelola aset perusahaan.

2.3 Corporate Social Responsibility Disclosure

2.3.1 Pengertian *Corporate Social Responsibility Disclosure*

The World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan perusahaan untuk bertindak secara etis dan mendorong pembangunan ekonomi serta meningkatkan kualitas hidup masyarakat dan sosial (Angraini & Murtanto, 2023). Sedangkan, *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan proses dimana perusahaan mengungkapkan informasi tentang dampak operasionalnya terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini melibatkan pelaporan yang transparan dan beretika mengenai aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sangatlah penting, karena pemangku kepentingan harus mengevaluasi dan menilai seberapa baik perusahaan mampu menjalankan perannya sesuai keinginan kelompok kepentingan sehingga menuntut tanggung jawab perusahaan atas kegiatan tanggung jawab sosial yang diterapkan maka semakin baik pula dukungan para pemangku kepentingan terhadap perusahaan dalam segala aktivitasnya yang bertujuan untuk mencapai keuntungan dan meningkatkan nilai

perusahaan. Semakin banyak perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* maka semakin baik pula nilai perusahaan dimata investor dan masyarakat. Karena salah satu dasar pemikiran yang melandasi etika bisnis sebuah perusahaan adalah dengan melakukan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (Pohan *et al.*, 2019). Pada hakikatnya program *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan merupakan kegiatan yang wajib dilakukan dan bukan merupakan suatu kegiatan pilihan. Sebab, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 pasal 74 tentang Perseroan Terbatas Perusahaan mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan kepada masyarakat dan lingkungan. Berdasarkan tujuannya, perusahaan yang melaksanakan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSR) adalah diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan. perusahaan dapat menghindari citra negatif dan kerangka kerja yang baik dan etis yang membantu manajer menghadapi hambatan seperti tuntutan pekerjaan di lingkungan perusahaan. selain itu, perusahaan bisa mendapatkan penghargaan atau rasa hormat dari masyarakat (Riyadh *et al.*, 2022).

Pelaporan *Corporate Social Responsibility Disclosure* biasanya tercantum dalam *sustainability report* atau laporan keberlanjutan perusahaan. *Sustainability report* berisi informasi tentang kebijakan keuangan, lingkungan, dan sosial perusahaan serta dampak dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks

pembangunan berkelanjutan. *Sustainability report* harus dianggap sebagai rencana strategis tingkat tinggi yang menyoroti isu-isu, tantangan, dan peluang pembangunan berkelanjutan yang terkait langsung dengan perusahaan (Firdausy, 2023).

2.3.2 Manfaat *Corporate social responsibility Disclosure*

Pembinaan *Corporate Social Responsibility Disclosure* semakin meningkat di seluruh dunia. Berikut beberapa manfaat utama *Corporate Social Responsibility Disclosure* menurut Tajeri (2023), yaitu :

a Meningkatkan citra bisnis

Tugas *Corporate Social Responsibility Disclosure* adalah mencerminkan citra perusahaan secara positif. Ketika perusahaan menerapkan kebijakan tanggung jawab sosial, hal itu meningkatkan nilai perusahaan. Pelanggan lebih puas dengan penggunaan produk/jasa perusahaan yang memiliki citra positif.

b Menarik modal baru

Dengan adanya program *Corporate Social Responsibility Disclosure*, perusahaan dapat menarik perhatian serta mendatangkan pemodal atau investor. *Corporate Social Responsibility Disclosure* merupakan salah satu promosi yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memastikan layanan atau produk selaras dengan tugas *Corporate Social Responsibility*

c Meningkatkan nilai dan juga pendapatan

Strategi tanggung jawab sosial perusahaan berfokus pada teknik efisiensi energi, seperti penggunaan kembali limbah yang dapat mengurangi biaya operasional dan bermanfaat bagi lingkungan. Mendukung hal ini akan meningkatkan transparansi secara keseluruhan. Akibatnya, hal itu dapat meningkatkan reputasi perusahaan sehingga nilai saham perusahaan akan meningkat.

2.3.3 Prinsip-prinsip Corporate Social Responsibility

Menurut Tajeri (2023) dalam penerapan *Corporate Social Responsibility Disclosure* terdapat beberapa prinsip prinsip, yaitu :

1. Kepatuhan terhadap regulasi hukum

Perusahaan harus mematuhi atau memahami seluruh peraturan, pedoman, keputusan, dan perjanjian baik secara lokal dan internasional yang berlaku yang diatur dalam prosedur tertulis.

2. Prinsip transparansi

Dalam hal ini perusahaan harus mampu berkomunikasi atau menyampaikan secara jelas dan akurat terkait pengambilan keputusan dan kebijakan, termasuk dalam mewujudkan potensi lingkungan dan masyarakat. Sebab, hal ini harus tersampaikan kepada masyarakat yang terdampak aktivitas operasional perusahaan.

2.3.4 Indikator pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Pengukuran *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRDI) menggunakan proksi *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) berdasarkan standar *Global Reporting Initiative* (GRI). *Global Reporting Initiative* (GRI) merupakan sebuah jaringan yang berbasis organisasi yang memfokuskan pada tiga fokus pengungkapan diantaranya pengungkapan terkait indikator ekonomi, indikator kinerja lingkungan dan indikator kinerja sosial (Fauziah, 2018). Standart *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRDI) yang digunakan pada penelitian ini merujuk pada *Global Reporting Initiative* (GRI) G4 yang telah disesuaikan dengan kondisi implementasi *Corporate Social Responsibility Disclosure* di Indonesia sebagai item pengukuran pada *sustainability report*. Kemudian penilaian terhadap indikator dilakukan dengan variabel *dummy* yaitu dengan memberi skor satu pada setiap item pengungkapan, sehingga apabila tidak diungkapkan diberi skor nol. Menurut Ningrum *et al* (2018) *Corporate Social Responsibility Disclosure* dapat dihitung menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* dengan rumus

$$CSRDI = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan :

CSRDI : indeks pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

$\sum X_{ij}$: Jumlah total item yang diungkapkan oleh perusahaan
 nilai 1 jika item diungkapkan, nilai 0 jika item tidak
 diungkapkan

N_j : jumlah item untuk perusahaan

2.4 Keragaman Gender Dewan Direksi

Kehadiran perempuan di dewan direksi merupakan wujud dari keberagaman dewan. Keberagaman dewan merupakan salah satu tanda bahwa suatu perusahaan memiliki tata kelola yang baik. Keterlibatan perempuan dalam dewan direksi mencerminkan tidak adanya diskriminasi dalam perusahaan (Devika & Yuliana, 2020). Perusahaan yang memiliki anggota dewan direksi perempuan tentu mempunyai perbedaan dengan perusahaan yang memiliki dewan direksi hanya laki-laki. Perempuan diharapkan memiliki pola pikir yang lebih kritis sehingga akan meningkatkan kemampuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan (Renaldo & Murwaningsari, 2023).

2.4.1. Karakteristik Perempuan

Menurut Fauziah (2018) wanita mempunyai beberapa karakteristik yang berbeda dibandingkan pria, yaitu :

- a Perempuan lebih menghindari risiko dibandingkan laki-laki
- b Perempuan mempunyai preferensi sosial yang spesifik
- c Orientasi sosial perempuan tidak lebih dan tidak kurang
- d Wanita cenderung enggan berkompetisi dibandingkan pria

2.4.2. Indikator Keberagaman Gender Dewan Direksi

Indikator keragaman gender dewan direksi diukur dengan menggunakan variabel *dummy*, yaitu jika terdapat direksi perempuan pada suatu perusahaan akan diberi nilai 1, jika tidak maka 0 (Aisanafi, 2022).

B. Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya mengenai *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan acuan dalam penelitian ini.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No	Penulis, Tahun, dan Judul	Variabel Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Fauziah, Fitri Ella 2018 <i>Diversitas Gender dan Nilai Perusahaan Dengan Corporate social responsibility</i> sebagai variabel intervening	Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan <i>Price to Book Value (PBV)</i> Variabel independen dalam penelitian ini adalah <i>diversitas gender</i> Variabel intervening dalam penelitian ini adalah	Populasi sampel laporan keuangan dan <i>annual report</i> perusahaan yang listing di BEI untuk periode tahun 2010-2013. Teknik Pengambilan sampel: metode <i>purposive</i>	Hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian ini adalah pertama, bahwa keberagaman gender CEO, CFO, dan AC berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> sedangkan keberagaman gender COM tidak berpengaruh signifikan terhadap <i>Corporate Social Responsibility</i> kedua, <i>Corporate Social</i>

		<i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>		<i>Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan mengontrol variabel keragaman gender CEO, CFO, dan COM serta menghasilkan koefisien yang positif. Ketiga, <i>Corporate social responsibility</i> memediasi hubungan keragaman gender CEO, CFO, dan nilai perusahaan sedangkan hubungan keragaman gender COM dan AC dan nilai perusahaan tidak mampu dimediasi oleh <i>Corporate social responsibility</i> .
2.	Muhlis Gultom, Karlina Sari 2021 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan BUMN Sektor Pertambangan	variabel dependen yang : nilai perusahaan (Y) Variabel independen : Indikator GRI yang digunakan yaitu: indikator ekonomi (X1) yang dilihat dari 200 indikator, indikator lingkungan (X2) yang dilihat dari	Populasi sampel : laporan tahunan periode 2013- 2018 perusahaan BUMN yang masih aktif pada periode 2019 Teknik Pengambilan sampel: metode <i>purposive</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berdasarkan indikator GRI menunjukkan bahwa indikator lingkungan dan indikator sosial secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan BUMN sektor pertambangan,

		300 indikator dan indikator sosial (X3) yang dilihat dari 400 indikator.	Teknik Analisa: regresi linier berganda	sedangkan secara parsial indikator ekonomi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan BUMN sektor pertambangan. Namun indikator GRI tidak mempengaruhi nilai perusahaan BUMN sektor pertambangan. Dari variabel-variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan BUMN sektor pertambangan paling banyak dipengaruhi oleh indikator sosial.
3.	Ningrum, Aprian Kusuma Suprapti, Eny Hidayat Anwar, Achmad Syaiful 2018 Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Tax Avoidance</i> Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi	Variabel dependen yaitu <i>tax avoidance</i> . Variabel Independen yaitu CSR. variabel moderasi yaitu gender	Populasi sampel : laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2016. Teknik Pengambilan sampel: metode <i>purposive</i>	Hasil penelitian ini yaitu pertama, <i>Corporate social responsibility</i> (CSR) berpengaruh negatif terhadap <i>tax avoidance</i> Kedua, keragaman gender dewan direksi dan komisaris memoderasi pengaruh <i>Corporate social responsibility</i> terhadap <i>tax avoidance</i> .
4.	Bella Anggraini Murtanto	Variabel Independen :	Populasi sampel : sampel	Hasil penelitian ini menunjukkan

	2023 Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi	<i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Dependen : Nilai Perusahaan Variabel Moderasi : Profitabilitas	penelitian ini adalah industri dan perusahaan manufaktur subsektor kimia pada tahun 2019-2021 Teknik pengambilan sampel : <i>purposive sampling</i>	bahwa pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Variabel profitabilitas sebagai variabel moderasi mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan nilai perusahaan.
5.	Lubis, Hasrita Pratama, Khalik Pratama, Ikbar Pratami, Arifa 2019 <i>A Systematic Review of Corporate Social Responsibility Disclosure</i>	Pengungkapan CSR dan faktor penentu pengungkapan CSR	Metodologi penelitian ini adalah tinjauan dan sistematis dan analisis isi. Untuk mencapai tujuan penelitian ini, peneliti melakukan pencarian di Google Scholar menggunakan kata kunci yang berbeda serta membatasi periode penelitian sebelumnya pada tahun 2000	Penelitian ini menemukan bahwa praktik kualitas pengungkapan CSR lebih baik dibandingkan pengungkapan CSR kuantitas di sebagian besar penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya peneliti juga menemukan bahwa karakteristik perusahaan, seperti umur perusahaan, ukuran perusahaan, kekuasaan pemegang saham, investor, dan dewan direksi mempengaruhi sejauh mana pengungkapan CSR.

6.	<p>Mukhtaruddin, Ubaidillah, Dewi, kencana Hakiki, Arista Nopriyanto</p> <p>2019</p> <p><i>Good Corporate Governance, Corporate Social Responsibility, Firm Value, and Financial Performance as moderating variable</i></p>	<p>Variabel dependen : <i>firm value</i></p> <p>Variabel independen : <i>good corporate governance, corporate social responsibility</i></p> <p>Variabel moderasi : <i>financial performance</i></p>	<p>Populasi : perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) 2011-2015. Sampel terdiri dari 23 perusahaan yang dipilih secara <i>purposive</i> random sampling. Data ini dianalisis dengan menggunakan PLS.</p>	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan yang baik berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sebaliknya tanggung jawab sosial perusahaan mempunyai dampak negative yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Kinerja keuangan secara signifikan memperkuat hubungan antara tata kelola perusahaan yang baik dan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.</p>
7.	<p>Ogachi, Daniel Zoltan, Zeman</p> <p>2020</p> <p><i>Corporate Social Responsibility and Firm Value Protection</i></p>	<p>Variabel dependen : <i>firm value</i></p> <p>Variabel independen : <i>corporate social responsibility</i></p>	<p>Penelitian ini menggunakan data panel tahun 2010-2019. Penelitian ini menggunakan analisis tren selama sepuluh tahun untuk menganalisis data menggunakan korelasi kanonik analisis regresi logistic dan model arima untuk menjalin</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan karena aktivitas tersebut mempunyai pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.</p>

			hubungan antar variabel penelitian	
8.	Renaldo, Nicholas Murwaningsari, Ety 2023 <i>Does Gender Diversity Moderate the Determinant of Future Firm</i>	Variabel dependen : nilai perusahaan Variabel independen : manajemen laba dan agresivitas pajak Variabel moderasi : keberagaman gender	Sampel sebanyak 210 perusahaan dengan metode <i>purposive sampling</i> Menggunakan analisis regresi yang dimoderasi	Penelitian menunjukkan hanya hipotesis keempat yang diterima yaitu keberagaman gender memperlemah pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan masa depan. Implikasinya adalah pertimbangan regulator terhadap kebijakan, apakah dengan bukti kehadiran perempuan sebagai top manajemen di perusahaan, dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan.
9.	Riyadh, Hosam Alden Al-Shmam, Maher A. Firdaus, Joova irjaswara 2022 <i>Corporate Social Responsibility and GCG</i>	Variabel dependen : nilai perusahaan Variabel independen : <i>Corporate Social Responsibility and GCG</i> Variabel moderasi : profitabilitas	Menggunakan metode penelitian kuantitatif Populasi : perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019 dengan metode <i>purposive</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan GCG yang diukur dengan

	<i>Disclosure on Firm Value with Profitability</i>		<i>sampling</i> diperoleh 31 perusahaan. pengujian dilakukan dengan menggunakan metode regresi linear berganda.	kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selain itu, profitabilitas dapat memoderasi CSR dan kepemilikan manajerial, namun profitabilitas tidak dapat memoderasi kepemilikan institusional.
10.	Ghaleb, Belal Ali Abduraheem Qaderi, Sumaia Ayesha Almashaqbeh, Ahmad Qasem, Ameen 2021 <i>Corporate Social Responsibility, board gender diversity and real earnings management: The case of Jordan</i>	Variabel dependen : REM Variabel independen : pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel kontrol: karakteristik dewan perusahaan	Populasi sampel : sampel awal terdiri dari seluruh perusahaan Yordania dari tahun 2011-2016 Teknik Pengambilan sampel: metode <i>purposive</i> Teknik Analisa : regresi kuadrat terkecil biasa (OLS).	Hasil penelitian yaitu : Pertama, aktivitas CSR dikaitkan dengan REM yang lebih rendah yang menunjukkan bahwa perusahaan yang lebih bertanggung jawab secara sosial di Yordania cenderung tidak terlibat dalam praktik REM. Kedua, perusahaan dengan keberagaman gender mempunyai praktik REM yang lebih sedikit, sehingga menunjukkan bahwa direktur perempuan meningkatkan peran pengawasan dewan dan mencegah

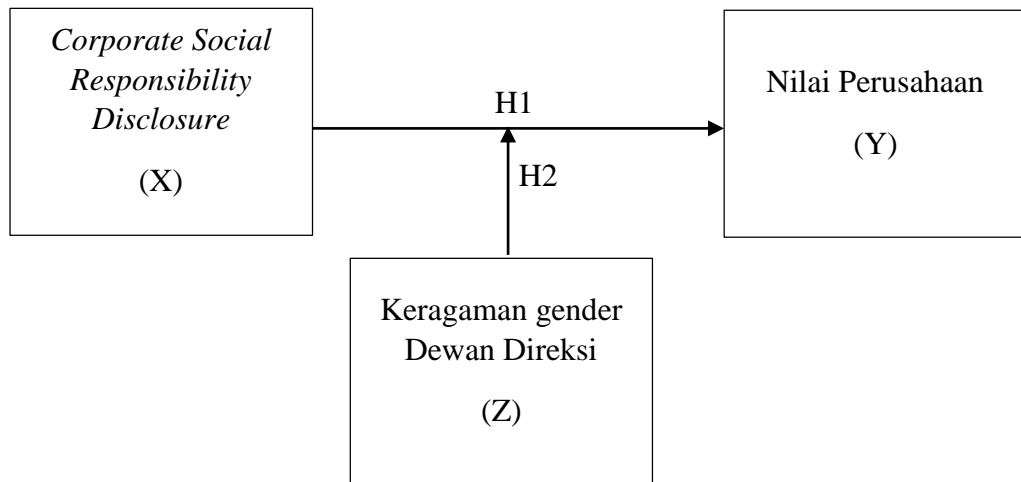
				manipulasi pendapatan Ketiga, peran moderasi keragaman gender karena hubungan CSR dan REM terbukti di perusahaan dengan direktur perempuan tetapi tidak di perusahaan tanpa direktur perempuan.
11.	Issa, Ayman Fang, Hong Xing 2019 <i>The Impact of Board Gender Diversity on Corporate Social Responsibility in the Arab Gulf States</i>	Variabel independen : Dampak keberagaman gender dewan Variabel dependen : Tanggung jawab sosial perusahaan	menggunakan regresi OLS untuk menganalisis kumpulan data yang terdiri dari 244 perusahaan non keuangan yang terdaftar di Arab selama periode 2012-2014	Hasilnya menunjukkan bahwa keberagaman gender di dewan berhubungan positif dengan tingkat pelaporan CSR. Selain itu, temuan ini mengungkapkan bahwa terdapat hubungan positif yang lemah antara kehadiran perempuan di dewan direksi dan indeks CSR
12.	Vacca, Andrea Lazzi, Antonio Demetris Vrontis Fait, Monica 2020 <i>The Role of Gender Diversity on Tax Aggressiveness and Corporate</i>	Variabel dependen : agresivitas pajak dan tanggung jawab sosial perusahaan Variabel independen : keberagaman gender	Analisis ini dilakukan dengan menggunakan serangkaian indikator laporan keuangan 168 perusahaan terdaftar di Italia tahun 2011-2028	Pertama, penelitian ini mencatat bahwa tidak ada hubungan langsung antara agresivitas pajak dan pelaporan CSR. Kedua, keberagaman gender dalam dewan direksi meningkatkan orientasi perusahaan

	<i>Social Responsibility : Evidence from Italian Listed Companies</i>			terhadap pengungkapan CSR, namun tidak berdampak pada hubungan agresivitas pajak dan pengungkapan CSR. Sebaliknya, gender mempunyai pengaruh positif terhadap hubungan perencanaan pajak perusahaan dan pelaporan CSR sesuai GRI.
13.	Machmuddah, Zaky Sari, Dian Wulan Utomo, Dwiwarso 2020 <i>Corporate Social Responsibility, Profitability, and Firm Value : Evidence from Indonesia</i>	Variabel dependen : nilai perusahaan Variabel independen : pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan Variabel moderasi : profitabilitas	Populasi : seluruh perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2013-2017. Analisis : WarpPLS 6.0	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan profitabilitas memoderasi pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.
14.	Agyemang-Mintah, Peter Schadewitz, Hannu 2019 <i>Gender Diversity and Firm Value : Evidence from</i>	Variabel dependen : nilai perusaha Variabel independen : keragaman gender	Menggunakan data sekunder yang diperoleh dari DataStream yang mencakup lembaga keuangan selama periode 12 tahun.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kehadiran perempuan di dewan perusahaan lembaga keuangan Inggris memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

	<i>UK Financial Institutions</i>			
15.	Gaio, Cristina Goncalves, Tiago Cruz 2022 <i>Gender Diversity on the Board and Firm Corporate Social Responsibility</i>	Variabel dependen : tanggung jawab sosial perusahaan Variabel independen : keberagaman gender di dewan	Menggunakan sampel perusahaan yang memiliki skor CSR tahun 2013-2019	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen dengan persentase dewan yang tinggi mempunyai skor CSR yang lebih baik, sehingga menunjukkan peran bahwa kehadiran perempuan di dewan dapat memainkan peran penting dalam pengambilan keputusan CSR. Dengan demikian, hasil yang diperoleh mungkin menarik bagi pemangku kepentingan yang berbeda, seperti pembuat kebijakan, investor, dan mitra bisnis, untuk meningkatkan keterlibatan perusahaan dalam CSR.

C. Kerangka Konseptual

Berdasarkan uraian yang telah disampaikan sebelumnya dan tinjauan pustaka, maka variabel-variabel yang termasuk dalam penelitian ini dapat dirumuskan melalui kerangka konseptual sebagai berikut :



Gambar 2. 1 Kerangka Konsep

D. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap suatu rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian tersebut telah disajikan dalam bentuk kalimat tanya. Dikatakan bersifat sementara, karena jawaban yang diberikan hanya berdasarkan pada teori yang relevan, dan belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis juga dapat disajikan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Berikut hipotesis-hipotesis variabel dalam penelitian ini adalah :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan tidak akan tumbuh secara berkelanjutan apabila perusahaan hanya memperhatikan kondisi keuangan saja. Semakin responsif dan akuntabel hubungan perusahaan dengan pemangku kepentingan, maka akan baik pula nilai perusahaan. Sebaliknya, semakin buruk hubungan antara perusahaan dan pemangku kepentingan, maka dapat mengakibatkan penurunan nilai perusahaan (Sugiyanto *et al.*, 2021). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu metode interaksi antara perusahaan dan pemangku kepentingannya. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan bagian dari dialog yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan etika operasional bisnisnya kepada pemangku kepentingan guna menghasilkan reputasi perusahaan yang positif (Lubis *et al.*, 2019).

Keberlanjutan suatu perusahaan baru akan terjamin apabila perusahaan memperhatikan dua dimensi yang melingkupinya, yaitu dimensi keuangan serta dimensi sosial dan lingkungan (Devika & Yuliana, 2020). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan dapat digunakan untuk menunjukkan sejauh mana organisasi memenuhi harapan masyarakat luas. Perusahaan diharapkan untuk mengungkapkan informasi keuangan dan non keuangan pada tingkat yang cukup untuk menjadi bukti bahwa perusahaan mematuhi harapan masyarakat dan menjalankan

operasionalnya dalam batas yang dianggap dapat diterima oleh pemangku kepentingan (Qaderi *et al.*, 2020).

Saat ini, banyak perusahaan yang sudah mulai menyertakan *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRD) terutama pada perusahaan *go public* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), karena diyakini akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Ini berarti semakin banyak perusahaan mengungkapkan informasi mengenai kegiatan sosial dan lingkungannya, maka semakin banyak perusahaan yang bersaing dalam penyusunan laporan tanggung jawab sosial, sehingga meningkatkan kualitas informasi yang diberikan perusahaan dan juga meningkatkan nilai perusahaan karena adanya transparansi informasi yang disampaikan oleh perusahaan (Firdausy, 2023). Dengan mempublikasikan *Corporate Social Responsibility Disclosure* diharapkan investor akan memperhatikan informasi yang diungkapkan dan menyikapinya secara positif, karena perusahaan memperhatikan aspek sosialnya yang pada akhirnya memberikan manfaat bagi perusahaan berupa semakin disukainya produk yang dihasilkan (Devika & Yuliana, 2020). Menurut Newman *et al* (2020) dampak yang dirasakan perusahaan yang melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yaitu pertama, *Corporate Social Responsibility* terbukti meningkatkan keuntungan perusahaan dan meningkatkan kinerja perusahaan secara umum, menurunkan biaya produksi (lingkungan), diferensiasi produk melalui mekanisme diskriminasi harga yang menguntungkan perusahaan yang bertanggung

jawab secara sosial, inovasi baik dari segi proses manajerial maupun peningkatan teknologi. Kedua persaingan mungkin memiliki dampak yang berbeda terhadap adopsi *Corporate Social Responsibility*. Jika perusahaan dalam lingkungan kompetitif bersaing untuk mendapatkan konsumen kegiatan *Corporate Social Responsibility* dapat di dorong oleh persaingan pasar, yang pada akhirnya meningkatkan efisiensi perusahaan secara keseluruhan.

Didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Puspitasari *et al* (2018), Armika & Suryanawa (2018), Mazida & Purwantini (2019), Muhlis & Gultom (2021), Ria & Prastyatini (2021) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility Disclosure* (CSRSD) berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas yang didukung hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut :

H1 : *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh terhadap nilai perusahaan

2. Peran Keragaman Gender Dewan Direksi Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Perempuan pada masyarakat seringkali menghadapi pemikiran “pekerjaan berdasarkan gender”. Namun, peningkatan pembangunan ekonomi dan pendidikan telah mempersempit kesenjangan standar pendidikan antara laki-laki dan perempuan, dan perempuan mendapatkan

pengaruh peningkatan politik dan ekonomi di negara-negara di seluruh dunia. Dewan direksi adalah badan pengambil keputusan utama perusahaan, yang bertanggung jawab untuk menyetujui keputusan strategis dan keuangan penting termasuk merger dan akuisisi, perubahan struktur modal, penunjukan manajer umum, dan keputusan kompensasi. Direktur perusahaan terutama bertanggung jawab untuk berkonsultasi, memantau dan mengatur sumber daya eksternal (Wang, 2020). Menurut Wu *et al* (2022) pengalaman dan pengetahuan dapat membentuk cara direktur mencari dan menafsirkan informasi. Oleh karena itu, karakter dewan direksi membentuk keputusan dewan direksi. Dengan demikian, retensi direktur yang berpengalaman dan berpengetahuan diharapkan dapat menghasilkan pendapat yang berbeda, proses pengambilan keputusan. Dimasukkannya kelompok minoritas dalam dewan direksi seperti kehadiran perempuan dapat menunjukkan komitmen perusahaan terhadap pemangku kepentingan. Oleh karena itu, keberagaman gender dapat membawa perspektif berbeda dan mendorong pengawasan dewan direksi yang efektif (Sopian *et al.*, 2018).

Adanya keterlibatan perempuan dalam jajaran dewan perusahaan mencerminkan tidak adanya deskriminasi di dalam perusahaan, artinya perusahaan memberikan kesempatan kepada siapa saja yang ingin menjadi bagian dari dewan perusahaan yang tentunya akan meningkatkan citra dan nilai perusahaan kepada investor. Perusahaan dengan dewan direksi yang heterogen memberikan hasil yang lebih sukses dari pada perusahaan

dengan dewan direksi yang homogen karena dengan kehadiran dewan direksi perempuan memberikan model yang unik pada perusahaan (Kristina & Wiratmaja, 2018). Kehadiran dewan direksi perempuan di suatu perusahaan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan dalam menerapkan strategi yang lebih baik dalam mengatasi kendala ekonomi, sosial, dan lingkungan serta menghasilkan respons positif dari investor (Devika & Yuliana, 2020).

Didukung oleh penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sopian *et al* (2018) dan Devika & Yuliana (2020) yang menyatakan bahwa keragaman gender dewan direksi memoderasi positif pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian di atas yang didukung hasil penelitian sebelumnya, maka hipotesis yang diperoleh adalah sebagai berikut :

H2 : Keragaman gender dewan direksi memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan