

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Nilai perusahaan merupakan indikator penting yang digunakan untuk menilai kinerja dan prospek suatu entitas bisnis. Nilai perusahaan tidak hanya mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan, tetapi juga merupakan penilaian pasar terhadap potensi perusahaan kedepannya. Bagi para pemegang saham dan investor, nilai perusahaan menjadi acuan utama dalam menentukan keputusan investasi, karena nilai tersebut menggambarkan kesejahteraan finansial yang dapat diperoleh. Pengukuran nilai perusahaan dapat dilihat dari harga saham, nilai ekuitas dan total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Nilai perusahaan dipengaruhi oleh berbagai keputusan manajerial yang berkaitan dengan investasi, pembiayaan, serta kebijakan dividen Keown, n.d. (2011).

Nilai perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh aspek internal seperti pengelolaan aset, laba, dan kebijakan manajemen, tetapi juga oleh faktor eksternal, termasuk salah satunya adalah implementasi tanggungjawab sosial perusahaan. *Corporate Social Responsibility*(CSR) menjadi sebuah konsep di mana perusahaan harus memperhatikan dampak lingkungan serta sosial yang ditimbulkan oleh aktivitas bisnis mereka. (Fauzi & Manao, 2023). Pengungkapan CSR mencerminkan tanggungjawab lingkungan serta sosial perusahaan untuk memperkuat citra positif di mata para pemangku kepentingan, termasuk konsumen dan investor. Penerapan CSR yang baik mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat serta investor pada perusahaan, yang pada akhirnya akan berpengaruh

dalam peningkatan nilai pasar perusahaan. Peningkatan ini terjadi karena loyalitas konsumen yang lebih tinggi, peningkatan kepercayaan investor, serta kinerja perusahaan yang lebih baik secara keseluruhan. Terdapat beberapa penelitian yang menunjukkan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan peningkatan reputasi serta pengurangan risiko, termasuk risiko reputasi dan hukum (Purbaningsih, 2024). Pelaksanaan CSR berperan dalam penciptaan nilai jangka panjang dengan merespons kebutuhan para pemangku kepentingan dari perspektif sosial, lingkungan, dan ekonomi Carroll, (2021). Selain itu, pelaksanaan CSR yang aktif oleh perusahaan cenderung menurunkan tingkat risiko yang dihadapi, sehingga berpengaruh terhadap peningkatan nilai pasar perusahaan. Dengan demikian, CSR berfungsi sebagai strategi penting dalam membangun citra perusahaan yang baik dan menjaga pertumbuhan nilai perusahaan. Selaras dengan temuan penelitian lain yang juga meneliti hubungan CSR terhadap nilai perusahaan, CSR bisa mempengaruhi persepsi pasar, sehingga perusahaan dengan praktik CSR yang baik sering memiliki nilai pasar yang tinggi (Rokhmawati, 2020).

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh tindakan tidak etis yang dilakukan perusahaan itu sendiri, seperti halnya yang dialami PT Adaro Energy Tbk(ADRO) saat menghadapi tuduhan penghindaran pajak dari *Global Witness*, organisasi nirlaba internasional. *Global Witness* mengungkap adanya indikasi penghindaran pajak yang dilakukan oleh PT Adaro dengan memindahkan sejumlah laba yang didapatkan dari batu bara yang ditambang di Indonesia ke jaringan perusahaan luar negerinya. Tindakan penghindaran pajak yang dilakukan PT Adaro tersebut sudah dicurigai *Global Witness* sejak tahun 2009 hingga tahun 2017, PT Adaro membayar pajak sebesar \$125 juta lebih rendah kepada pemerintah

Indonesia. Sehingga, karena tuduhan ini saham PT Adaro sempat mengalami penurunan. Pada perdagangan senin(9/7/2019) saham PT Adaro turun 2,47% ke level Rp 1.380 per lembar saham dan pada perdagangan jumat (5/7/2019) saham PT Adaro turun 0,35% ke level Rp 1.425 per lembar saham (<https://www.cnbcindonesia.com>) tahun 2019. Pelanggaran prinsip tata kelola dan akuntabilitas tidak hanya merugikan perusahaan secara hukum dan finansial, tetapi juga secara signifikan mempengaruhi persepsi pasar terhadap nilai perusahaan..

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan tidak selalu konsisten, dengan adanya temuan yang mendukung maupun yang tidak mendukung peran CSR dalam memengaruhi nilai perusahaan. Di satu sisi, CSR dipandang memiliki dampak positif terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi, loyalitas pelanggan, serta daya tarik bagi investor. Implementasi CSR yang efektif dapat meningkatkan kinerja operasional perusahaan melalui pengurangan biaya, serta peningkatan fleksibilitas dan kualitas yang pada akhirnya berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Penelitian ini menunjukkan bahwa CSR dapat meningkatkan reputasi di mata publik dan memperkuat kepercayaan konsumen (Nopriyanto, 2024). Selain itu, Ogachi & Zoltan, (2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui penguatan hubungan dengan para pemangku kepentingan serta pengurangan risiko reputasi.

Namun di sisi lain, tidak semua penelitian sepakat bahwa CSR selalu berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Terdapat beberapa penelitian menyebutkan bahwa jika pelaksanaan CSR tidak mendukung tujuan dan arah strategi bisnis utama perusahaan, hal tersebut dapat mengurangi efektivitas

pelaksanaan CSR serta mengurangi manfaat yang dapat diperoleh perusahaan. Sebagai contoh, penelitian oleh (Afifah et al., 2021) menunjukkan bahwa berinvestasi dalam CSR dapat meningkatkan biaya dan menyebabkan penurunan kinerja operasional, melemahkan daya saing dan oleh karena itu berdampak negatif pada nilai perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian (Yuvianita et al., 2022) yang menemukan bahwa CSR bisa menimbulkan biaya tambahan yang tidak sebanding pada peningkatan keuntungan perusahaan. Selanjutnya, penelitian Wang et al., (2021) menambahkan bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan sangat bergantung pada persepsi para pemangku kepentingan serta sektor industri tempat perusahaan beroperasi. Oleh karena itu, meskipun CSR dapat menjadi alat penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, keberhasilannya sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan manajemen dalam merancang program CSR. Dengan demikian, meskipun banyak penelitian mendukung pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan, faktor-faktor seperti biaya implementasi, keselarasan dengan strategi bisnis, serta persepsi para pemangku kepentingan perlu dipertimbangkan secara tepat guna memaksimalkan manfaat CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Penelitian terdahulu terkait pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang tidak konsisten, karena hal tersebut dalam penelitian ini ditambahkan variabel moderasi komite audit dan *diversity gender* untuk mengkaji lebih lanjut hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian (Fangestu et al., 2020) menyatakan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tetapi, penelitian dari (Aprilia & Setiawan, 2022) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Karena itu, penelitian ini menambahkan variabel

moderasi komite audit dan *diversity gender* dengan tujuan untuk memperkuat pengaruh antar CSR terhadap nilai perusahaan. Komite audit dapat memegang peran penting dalam meningkatkan efektivitas CSR serta secara tidak langsung memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Komite audit berperan dalam memastikan kualitas pengungkapan informasi CSR yang transparan dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga mampu meningkatkan kepercayaan para pemangku kepentingan, termasuk investor. Penelitian oleh Uyar et al., (2023) menyatakan bahwa keberadaan komite audit yang kuat bisa meningkatkan kualitas tata kelola sebuah perusahaan dengan mengawasi pelaksanaan CSR secara lebih efektif, yang akhirnya bisa berdampak positif pada peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, komite audit juga membantu mengurangi risiko reputasi dan risiko hukum dengan memastikan bahwa perusahaan mematuhi peraturan yang berlaku terkait pelaporan dan pelaksanaan CSR Erawati & Sari, (2021).

Selanjutnya, *Diversity gender* dalam jajaran direksi memiliki potensi untuk memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. *Diversity gender* dinilai mampu memperkaya perspektif serta mendorong pengambilan keputusan strategis yang lebih inklusif, khususnya dalam penerapan program CSR. Perusahaan dengan komposisi direksi yang lebih beragam secara *gender* cenderung lebih inovatif dan mampu mengelola program CSR dengan lebih efektif, yang pada akhirnya berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan Fauziah, (2018). Salah satu inovasi CSR di bidang pemberdayaan dilakukan oleh Unilever melalui peluncuran platform *One Global Women Empowerment*(OGWE) pada tahun 2022. Platform ini dirancang untuk menghubungkan berbagai pihak yang membutuhkan serta mendukung pemberdayaan pekerja dan pengusaha perempuan di seluruh

dunia, dengan tujuan meningkatkan keterampilan digital serta memberikan akses terhadap pendanaan dan investasi. Keberadaan perempuan dalam jajaran direksi juga sering dikaitkan dengan peningkatan kualitas tata kelola perusahaan, yang pada akhirnya dapat memperkuat reputasi dan hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Selain itu, *diversity gender* dapat meningkatkan persepsi publik terhadap komitmen perusahaan dengan tanggungjawab sosial lingkungan, yang berpotensi menarik perhatian investor dengan orientasi pada keberlanjutan dan praktik tata kelola perusahaan yang baik (Pramesti & Nita, 2022).

1.2 Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini, rumusan masalah dapat dirumuskan berikut ini:

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah komite audit memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah *diversity gender* memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menguji:

1. Untuk menguji Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan,
2. Untuk menguji Pengaruh komite audit dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.
3. Untuk menguji Pengaruh *diversity gender* dalam memoderasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi pada pengembangan teori dalam bidang akuntansi manajemen, khususnya yang berkaitan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR), komite audit, dan *diversity gender* terhadap nilai perusahaan. Hasil dari penelitian ini dapat memperkaya literatur mengenai peran variabel moderasi seperti komite audit dan *diversity gender* dalam memperkuat hubungan antara CSR terhadap nilai Perusahaan. Penelitian ini juga menyampaikan perspektif terbaru dalam tata kelola perusahaan, terutama dalam menjelaskan peran mekanisme pengawasan internal perusahaan dalam mendukung transparansi dan akuntabilitas pelaksanaan tanggungjawab sosial perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini bisa memberikan panduan bagi manajemen perusahaan untuk menyusun strategi CSR yang lebih efektif, dengan mempertimbangkan peran komite audit dan *diversity gender* untuk memperbesar nilai perusahaan. Bagi sebuah perusahaan, temuan ini bisa membantu untuk pengambilan sebuah keputusan terkait pelaksanaan CSR yang lebih terintegrasi pada tata kelola sebuah perusahaan yang baik, guna memperkuat citra perusahaan dan memperkuat kepercayaan investor. Dimana hasil dari penelitian ini bermanfaat bagi pemangku kepentingan lainnya, seperti regulator dan investor, dalam mengevaluasi praktik CSR dan tata kelola yang diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan.

1.5 Kesenjangan Penelitian

Berbagai penelitian sebelumnya yang menganalisis pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, yaitu penelitian dari (Pristianingrum, 2018) dan (Fangestu et al., 2020). CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan karena biaya implementasi yang besar bisa mengurangi laba yang tersedia untuk pemegang saham, terutama jika kegiatan CSR tidak sejalan dengan strategi bisnis jangka panjang. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak selalu memberikan pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ditambahkan variabel moderasi komite audit dan *diversity gender*. Berdasarkan perspektif teori ketergantungan sumber daya, keberadaan komite audit dan *diversity gender* dapat membantu perusahaan dalam mengelola ketidakpastian lingkungan, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, serta pada akhirnya membuat perusahaan lebih dipercaya oleh publik dan meningkatkan nilai perusahaan.