

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya yang mengkaji hubungan antara CSR, komite audit, dan *diversity gender* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang beragam. Penelitian oleh Aprilia dan Setiawan, (2022), yang menggunakan perusahaan dalam indeks LQ45 sebagai sampel, menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Artinya, semakin tinggi tingkat pelaksanaan CSR, semakin rendah nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Rokhmawati, (2020), dengan sampel 41 perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, menyimpulkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Adapun beberapa penelitian yang menunjukkan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan, yaitu penelitian oleh Widyasari, (2015), yang mengkaji perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2011–2013 menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal serupa ditemukan dalam penelitian Sari dan Priantinah, (2018), yang menggunakan sampel perusahaan sektor perbankan terdaftar di BEI tahun 2011–2015 dan menyimpulkan bahwa pelaksanaan CSR berdampak positif terhadap peningkatan nilai perusahaan. Selain itu, penelitian oleh Karina dan Setiadi, (2020), yang menguji 12 perusahaan yang terverifikasi oleh *Indonesian Institute for Corporate Governance*(IICG) juga menunjukkan bahwa semakin baik penerapan CSR, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan.

Sedangkan penelitian terkait komite audit dan *diversity gender* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Sondokan et al., (2019) yang meneliti pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan menunjukkan bahwa keberadaan komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian oleh Ramdhania et al., (2020) secara empiris membuktikan bahwa *diversity gender* juga memberikan dampak positif terhadap nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya mengenai pengaruh CSR, komite audit, dan *diversity gender* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang bervariasi. Untuk menjembatani hasil-

hasil yang belum konsisten terkait pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, penelitian ini berkontribusi dengan menambahkan variabel moderasi, yaitu komite audit dan *diversity gender*. Kedua variabel ini diharapkan dapat memperkuat hubungan antara CSR dan nilai perusahaan melalui peningkatan transparansi, tata kelola yang baik, serta pengambilan keputusan strategis yang lebih inklusif terkait pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori *Stakeholder*

Teori *Stakeholder* adalah sebuah teori yang menggarisbawahi pentingnya bisnis dalam kinerja sosial yang sangat luas dan mendukung definisi yang sangat jelas terkait CSR (Freeman & Medoff, 1984). Teori *Stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban sosial untuk memperhatikan kepentingan semua pihak yang terdampak oleh setiap keputusan yang diambil. Oleh karena itu, dukungan dari para pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk memastikan pertumbuhan dan keberlanjutan perusahaan di tengah masyarakat. Teori ini menekankan bahwa keberhasilan perusahaan tidak hanya diukur dari pencapaian keuntungan finansial, tetapi juga dari kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan serta harapan para pemangku kepentingan. Pemangku kepentingan meliputi pihak internal seperti karyawan dan manajemen, serta pihak eksternal seperti masyarakat, pemasok, dan pelanggan. Dengan mempertimbangkan kepentingan berbagai pihak tersebut, perusahaan dapat menciptakan hubungan yang harmonis dan memperkuat keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Selain itu, teori ini mendorong perusahaan untuk lebih aktif dalam menjalankan tanggung jawab sosial, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi perusahaan

2.2.2 Teori Keagenan

Teori Keagenan menjelaskan bahwa terdapat potensi konflik kepentingan antara *principal*(pemilik) dan *agen*(manajemen), bahwa manajemen cenderung bertindak untuk kepentingan pribadi mereka sendiri yang mungkin bertentangan dengan tujuan para pemegang saham. Jensen dan Meckling, (1976) pertama kali mengembangkan teori ini, dan sejak saat itu, berbagai studi telah menunjukkan pentingnya tata kelola perusahaan dalam meminimalkan *agency problems*.

Prinsipal mengharapkan *agen* untuk bertindak demi kepentingan terbaik mereka, tetapi *agen* cenderung memiliki tujuan sendiri yang bisa berbeda dari tujuan *prinsipal*. Teori Keagenan menyoroti pentingnya mekanisme pengawasan yang efektif, seperti keberadaan komite audit dan *diversity gender* dalam dewan direksi, untuk memastikan bahwa manajemen melaksanakan program CSR sesuai dengan kepentingan para pemegang saham. Dengan adanya pengawasan yang kuat, manajemen akan lebih terdorong untuk mengadopsi kebijakan CSR tidak hanya sebagai bentuk tanggung jawab sosial, tetapi juga sebagai strategi untuk memperkuat reputasi perusahaan dan meningkatkan nilai bagi pemegang saham.

2.2.3 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan pertama kali dikenalkan oleh Spence, (1981) yang menyatakan bahwa informasi yang disampaikan oleh perusahaan, seperti laporan keuangan, kebijakan dividen, atau tindakan manajerial lainnya, berfungsi sebagai sinyal bagi investor dalam menilai prospek dan nilai perusahaan. Nilai perusahaan dipandang sebagai representasi dari ekspektasi pasar terhadap kinerja masa depan perusahaan berdasarkan sinyal-sinyal yang diberikan oleh manajemen. Nilai perusahaan tidak hanya mencakup aset fisik atau finansial tetapi juga reputasi, kemampuan manajemen, serta potensi pertumbuhan di masa depan. Selain bisa membangun reputasi, yang diperlukan mekanisme lain untuk bisa mendukung peningkatan nilai dari sebuah perusahaan, salah satunya adalah tindakan nyata berupa perilaku sosial perusahaan, tindakan bakti sosial yang secara konsisten dan berkelanjutan bermanfaat untuk *stakeholder* serta masyarakat pada umumnya. Nilai dalam sebuah perusahaan sering digunakan oleh investor, manajemen, dan pemangku kepentingan yang lainnya sebagai indikator keberhasilan serta daya tarik investasi. James Tobin dalam artikelnya yang berjudul “*A General Equilibrium Approach to Monetary Theory*” Tobin mengajukan rasio Q sebagai indikator untuk mengevaluasi apakah perusahaan dihargai secara optimal oleh pasar (Tobin, 1969).

2.2.4 Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility(CSR) didefinisikan sebagai kewajiban para pelaku bisnis untuk menjalankan kebijakan, mengambil keputusan, atau melakukan tindakan yang sesuai dengan nilai-nilai dan tujuan yang diharapkan oleh masyarakat (Bowen, 2013). CSR diatur dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007

tentang Perseroan Terbatas (UU PT) Pasal 74, yang secara khusus mewajibkan pelaksanaan CSR, terutama bagi perusahaan yang kegiatan operasionalnya bergantung pada sumber daya alam.

Pelaporan CSR umumnya mengacu pada standar *Global Reporting Initiative*(GRI), yaitu standar pelaporan keberlanjutan yang paling banyak digunakan di dunia. Standar ini mencakup pengungkapan aspek sosial, lingkungan, serta tata kelola perusahaan. CSR tidak hanya berperan dalam membentuk citra positif perusahaan di mata publik, tetapi juga memiliki kontribusi penting dalam meningkatkan nilai perusahaan. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR dapat memperkuat reputasi perusahaan, menarik minat investor, serta membangun loyalitas konsumen yang tinggi. Perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR juga cenderung mampu mengurangi risiko reputasi dan hukum, sekaligus meningkatkan daya saing di pasar. Namun demikian, efektivitas CSR sangat bergantung pada bagaimana perusahaan merancang dan mengintegrasikan program CSR ke dalam strategi bisnis jangka panjangnya. Implementasi CSR yang tidak selaras dengan arah strategis perusahaan justru dapat menjadi beban biaya yang tidak sebanding dengan manfaatnya. Oleh karena itu, manajemen perlu memastikan bahwa pelaksanaan CSR dilakukan secara konsisten, transparan, dan bertanggung jawab secara moral, serta berfungsi sebagai alat strategis dalam menciptakan keunggulan kompetitif di tengah persaingan bisnis yang semakin dinamis.

2.2.5 Resource Dependence Theory

Resource Dependence Theory atau teori ketergantungan sumber daya adalah teori yang menjelaskan bahwa organisasi tidak berdiri sendiri, melainkan harus bergantung pada sumber daya yang disediakan oleh pihak lain, baik individu, kelompok, atau organisasi lainnya (Salancik et al., 1978). Ketergantungan ini mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan akan berupaya mengelola hubungan eksternal guna memperoleh dan mempertahankan akses terhadap sumber daya penting, seperti modal, keahlian,

jaringan, dan legitimasi sosial. Komite audit dan *diversity gender* dilihat sebagai bentuk pengelolaan sumber daya strategis. Komite audit menyediakan keahlian pengawasan dan kredibilitas, sedangkan *diversity gender* membawa perspektif yang beragam, jaringan sosial yang lebih luas, dan kemampuan adaptasi. Kedua elemen ini dapat memoderasi hubungan antara CSR terhadap Nilai Perusahaan, karena perusahaan yang mampu mengelola ketergantungan sumber daya akan lebih mampu mempertahankan keberlangsungan dan meningkatkan kinerjanya.

2.3 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

CSR sering diidentifikasi sebagai faktor penting dalam meningkatkan nilai perusahaan, terutama melalui peningkatan reputasi dan kepercayaan dari para pemangku kepentingan. Berdasarkan teori *Stakeholder*, perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memperhatikan kesejahteraan seluruh pihak yang terdampak oleh aktivitasnya. Melalui pelaksanaan program CSR, perusahaan dapat membangun kepercayaan publik serta memperkuat hubungan dengan masyarakat, yang pada akhirnya dapat berkontribusi terhadap peningkatan nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa investasi dalam CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, termasuk peningkatan Tobin's Q yang mencerminkan terciptanya nilai tambah bagi perusahaan melalui kegiatan tanggung jawab sosial (Karina & Setiadi, 2020). Berdasarkan hal ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Komite Audit dalam memoderasi CSR pada Nilai

Perusahaan

Komite audit memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas penyampaian informasi pengungkapan CSR melalui fungsi pengawasan yang independen, yang pada gilirannya dapat memperkuat kredibilitas dan transparansi perusahaan. Berdasarkan perspektif *Resource Dependence Theory*, komite audit dipandang sebagai sumber daya internal yang penting dalam membantu perusahaan mengelola ketergantungan terhadap lingkungan eksternal, khususnya dalam memperoleh legitimasi dari pemangku kepentingan. Kualitas pengawasan yang dilakukan oleh komite audit berkontribusi dalam memastikan bahwa pelaporan CSR tidak hanya bersifat simbolis, tetapi mencerminkan komitmen perusahaan yang nyata terhadap tanggung jawab sosial. Hal ini menjadi krusial mengingat potensi praktik *greenwashing*, yakni penyajian informasi CSR yang menyesatkan guna membangun citra perusahaan secara semu di mata publik. Melalui keterlibatan aktif komite audit, laporan CSR dapat diawasi secara menyeluruh guna meminimalkan asimetri informasi dan meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan. Dengan demikian, keberadaan komite audit sebagai sumber daya yang strategis dapat memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan melalui peningkatan transparansi dan akuntabilitas informasi yang disampaikan kepada pasar (Sondokan et al., 2019), maka diharap keberadaan komite audit bisa memperkuat pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan temuan ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Komite audit memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

2.3.3 Pengaruh *Diversity Gender* dalam memoderasi CSR terhadap nilai perusahaan

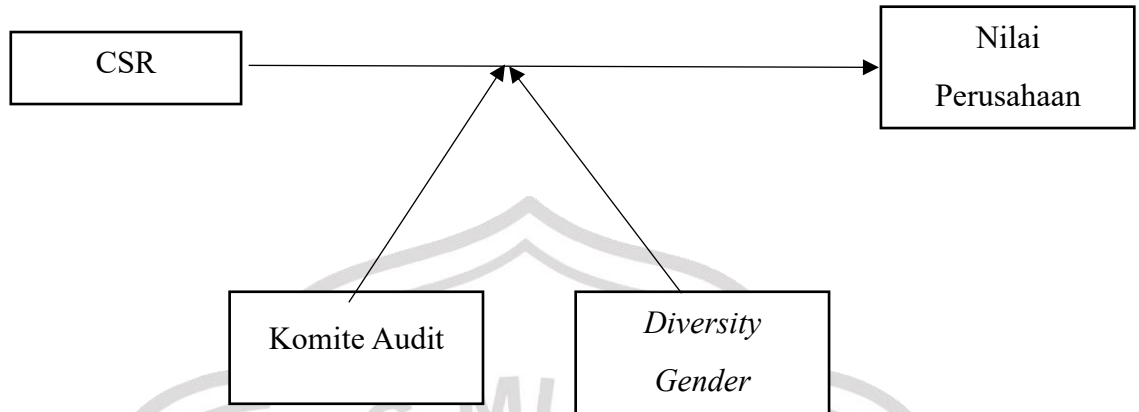
Diversity gender dalam jajaran dewan direksi dipercaya mampu memperkaya perspektif yang beragam dan pengambilan keputusan yang inklusif, perempuan cenderung menunjukkan preferensi terhadap kebijakan yang mendukung kepentingan masyarakat, termasuk dalam implementasi program CSR. Keberagaman *gender* dalam jajaran dewan direksi tidak hanya berpotensi meningkatkan inovasi tetapi juga membantu perusahaan untuk lebih responsif terhadap kebutuhan para *stakeholder*. Penelitian menunjukkan bahwa dewan dengan keberagaman *gender* yang tinggi dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan CSR, yang berpengaruh positif pada persepsi investor dan publik terhadap nilai perusahaan Ramdhania et al., (2020). Oleh karena itu hipotesis yang diajukan adalah:

H3: *Diversity Gender* memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

2.4 Kerangka Penelitian

Variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR yang diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*(CSRDI) berdasarkan indeks pengungkapan GRI-G4. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diproksikan dengan rasio Tobin's Q. Sementara itu, komite audit dan *diversity gender* digunakan sebagai variabel moderasi. Komite audit diukur berdasarkan jumlah anggota komite audit dalam perusahaan, sedangkan *diversity gender* diukur berdasarkan jumlah perempuan yang duduk dalam jajaran dewan direksi. Berikut ini adalah kerangka pemikiran dalam penelitian ini:

Gambar 2. 1 Kerangka penelitian



(sumber : Data Peneliti)

