

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang signifikan dari waktu ke waktu. Kondisi ini tidak hanya mencerminkan penguatan ekonomi nasional, tetapi juga menyebabkan tingkat persaingan antar perusahaan semakin tinggi. Bertambahnya jumlah pelaku usaha di berbagai sektor menciptakan iklim bisnis yang kompetitif dan dinamis (Cholifah, 2021). Oleh karena itu, setiap perusahaan dituntut untuk terus mengoptimalkan kinerjanya dengan merancang strategi bisnis yang tepat guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan meningkatkan nilai perusahaan (Quranni & Arifah, 2024). Hal ini sejalan dengan tujuan utama perusahaan, yaitu meningkatkan nilai perusahaan sebagai upaya untuk memberikan kesejahteraan maksimal bagi pemilik dan pemegang saham (Firmansyah et al., 2020).

Dalam perusahaan yang telah *go public*, keputusan investor dalam menginvestasikan dananya dipengaruhi oleh nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan tujuan jangka panjang yang mencerminkan persepsi investor terhadap kinerja dan keberhasilan operasional perusahaan, yang tercermin melalui pergerakan harga saham (Hidayat et al., 2021). Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, maka semakin tinggi pula nilai perusahaan tersebut di mata investor dan pasar (Puranamasari, 2022). Dalam konteks ini, harga saham tidak hanya berfungsi sebagai indikator kinerja keuangan, tetapi juga

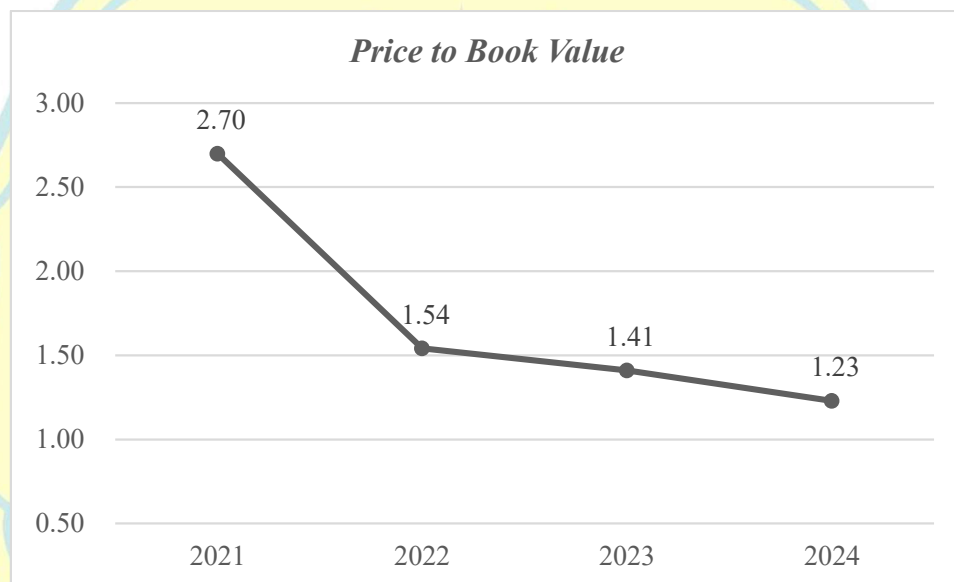
menggambarkan ekspektasi investor terhadap prospek dan stabilitas perusahaan di masa mendatang. Harga saham yang meningkat seringkali dipandang sebagai sinyal positif yang menunjukkan tingkat kepercayaan pasar terhadap kelangsungan dan pertumbuhan bisnis perusahaan, sehingga turut memperkuat persepsi pasar terhadap nilai perusahaan secara keseluruhan (Arum & Nurhayati, 2022).

Suharto et al. (2022) menegaskan bahwa nilai perusahaan mencerminkan nilai pasar dari suatu entitas bisnis, di mana peningkatan harga saham akan berdampak langsung pada meningkatnya nilai perusahaan tersebut. Nilai perusahaan yang tinggi tercermin dari harga saham yang tinggi, dan semakin besar nilai perusahaan, maka semakin besar pula kesejahteraan yang diterima oleh para pemegang saham. Hal ini karena kesejahteraan pemegang saham diperoleh dari hasil pengembalian investasi dan dividen yang diterima. Nilai perusahaan dapat diukur melalui berbagai aspek, salah satunya dengan melihat apakah saham perusahaan tersebut termasuk dalam kategori *undervalue* atau *overvalue*. Salah satu indikator yang dapat digunakan adalah rasio *Price to Book Value* (PBV).

Menurut Handayani et al. (2023), sektor perbankan memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan ekonomi suatu negara. Melalui berbagai layanan seperti pemberian kredit, layanan investasi, dan jasa keuangan lainnya, sektor ini membantu mendorong pertumbuhan usaha, pembangunan infrastruktur, serta investasi di berbagai sektor ekonomi. Selain itu, perbankan juga berfungsi dalam mengelola risiko keuangan dan menjaga kestabilan sistem keuangan

nasional. Nilai perusahaan di sektor perbankan menjadi perhatian penting karena mencerminkan kinerja keuangan yang dapat menarik minat investor untuk menanamkan modalnya di pasar saham (Tamaka et al., 2023). Oleh karena itu, sebagai lembaga intermediasi, perbankan harus mampu menjaga kepercayaan masyarakat penyimpan dana (*depositors*) dengan cara mempertahankan nilai perusahaan (Otoritas Jasa Keuangan, 2021:79).

Grafik 1. Rata-Rata *Price to Book Value* Perusahaan Perbankan 2021-2024



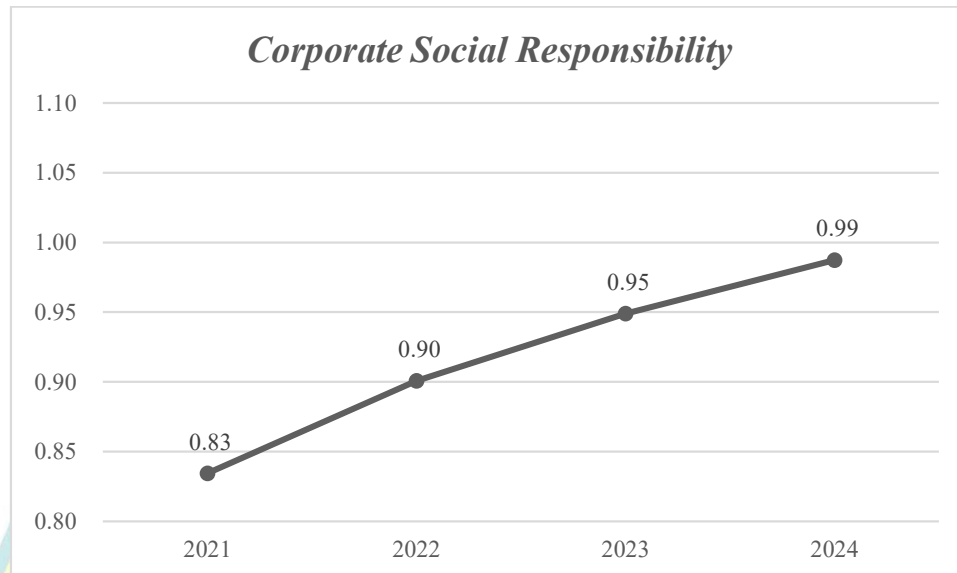
Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan grafik rata-rata *Price to Book Value* (PBV) pada perusahaan perbankan selama periode 2021–2024 diatas, terlihat bahwa PBV perbankan mengalami tren penurunan yang signifikan dari tahun ke tahun. Pada tahun 2021, PBV berada di angka 2.70, kemudian menurun sebesar 42.96% menjadi 1.54 pada 2022. Penurunan ini berlanjut hingga tahun 2024, yang mencatat angka 1.23. Meskipun PBV tetap berada di atas angka 1, tren penurunannya menunjukkan adanya penurunan persepsi pasar terhadap nilai perusahaan.

Menurut Narayana dan Wirakusuma (2021), *Price to Book Value* (PBV) merupakan salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan. PBV membandingkan antara harga pasar saham dengan nilai buku perusahaan (total aset bersih perusahaan). Indikator ini membantu investor dan analis untuk menilai apakah harga saham suatu perusahaan sudah mencerminkan nilai sebenarnya atau belum. Rasio PBV memberikan gambaran sejauh mana harga pasar saham mencerminkan nilai aset perusahaan. Secara umum, PBV yang berada di atas angka satu (>1) dianggap mencerminkan kinerja perusahaan yang baik, karena menunjukkan bahwa nilai pasar saham lebih tinggi dibandingkan dengan nilai bukunya (Firmansyah et al., 2020).

Namun demikian, untuk mencapai nilai perusahaan yang tinggi, tidak cukup hanya dengan berfokus pada perolehan keuntungan semata. Perusahaan juga perlu memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal (Worokinasih & Zuhdi, 2020). Artinya, selain mengelola aspek finansial, perusahaan juga dituntut untuk memperhatikan dan mengelola kinerja non-finansial. Salah satu strategi yang dapat diterapkan dalam meningkatkan kinerja non-finansial adalah dengan melaksanakan kegiatan yang berkaitan dengan keberlanjutan, seperti pengungkapan program tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Narayana & Wirakusuma, 2021).

Grafik 2. Rata-Rata Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Perusahaan Perbankan 2021-2024



Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan grafik rata-rata pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan perbankan selama periode 2021-2024, terlihat adanya tren peningkatan yang konsisten setiap tahunnya, dari 0.83 pada tahun 2021 menjadi 0.99 pada tahun 2024. Peningkatan ini mencerminkan adanya kesadaran yang semakin tinggi dari perusahaan terhadap pentingnya pelaporan CSR, sekaligus menunjukkan komitmen perusahaan di sub sektor perbankan dalam mengintegrasikan prinsip keberlanjutan dan tanggung jawab sosial ke dalam aktivitas operasional dan strategi bisnisnya.

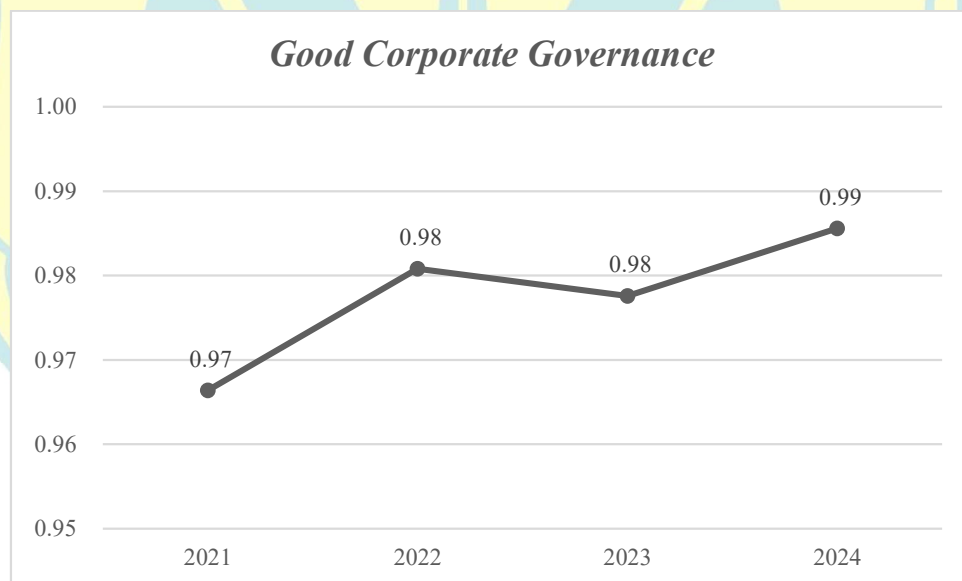
Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan sebuah konsep yang juga dapat dipandang sebagai investasi jangka panjang yang memberikan manfaat bagi masyarakat luas. Menurut Kholis (2020:8), CSR mencakup tiga aspek utama yang meliputi lingkungan, keuangan dan sosial, yang sejalan dengan

prinsip *triple bottom line*. Prinsip ini terdiri dari tiga pilar penting guna memahami CSR, yaitu *planet* (lingkungan), *profit* (keuntungan) dan *people* (masyarakat). Melalui prinsip ini, perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada pencapaian laba (*profit*), tetapi juga peduli terhadap kesejahteraan sosial (*people*) serta kelestarian lingkungan (*planet*).

Saat ini, masyarakat cenderung lebih menghargai perusahaan yang aktif berkontribusi terhadap kepentingan publik dan lingkungan, yang diwujudkan melalui program-program CSR. CSR menjadi bentuk nyata dari komitmen perusahaan dalam mengatasi dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) memiliki peran penting dalam membangun reputasi dan meningkatkan nilai perusahaan (Saputra, 2020). Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Orbaningsih et al. (2022) dan Mau & Kadarusman (2022), *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Temuan penelitian ini sejalan dengan teori sinyal, yang menjelaskan bahwa semakin luas pengungkapan informasi CSR oleh perusahaan, semakin kuat sinyal positif yang diterima oleh para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Sinyal ini kemudian direspon secara positif oleh masyarakat, yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, bertolak belakang dengan penelitian Willim et al. (2020) dan Cholifah (2021) yang menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Dalam upaya menciptakan industri perbankan yang sehat, Otoritas Jasa Keuangan (2021:79) menekankan pentingnya pelaksanaan tiga pilar utama, yaitu perbaikan kondisi keuangan, penerapan tata kelola yang baik, dan prinsip kehati-hatian. Penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) yang efektif menjadi semakin krusial, terutama karena perusahaan-perusahaan perbankan yang unggul umumnya memiliki kompleksitas operasional yang tinggi. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengawasan yang lebih komprehensif untuk memastikan bahwa pengelolaan aset dan dana perusahaan dilakukan secara transparan, efisien, dan bertanggung jawab.

Grafik 3. Rata-Rata Pengungkapan *Good Corporate Governance* Perusahaan Perbankan 2021-2024



Sumber: Diolah oleh penulis (2025)

Berdasarkan grafik rata-rata pengungkapan *Good Corporate Governance* (GCG) diatas, terlihat bahwa praktik GCG pada perusahaan perbankan selama periode 2021-2024 mengalami peningkatan yang stabil, mulai dari 0.97 pada

tahun 2021 menjadi 0.99 pada tahun 2024. Peningkatan ini mencerminkan semakin besarnya komitmen perusahaan sub sektor perbankan dalam menerapkan prinsip-prinsip tata kelola perusahaan yang baik (GCG).

Good Corporate Governance (GCG) merupakan sebuah sistem dan struktur yang digunakan dalam pengelolaan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan nilai pemegang saham melalui keterlibatan berbagai pihak yang berkepentingan (Fajriah & Jumady, 2022). Tingginya kesadaran perusahaan dalam menerapkan GCG sebagai suatu kebutuhan menunjukkan bahwa manajemen memahami manfaat jangka panjang dari praktik tata kelola yang baik (Orbaningsih et al., 2022). Perusahaan yang konsisten menerapkan praktik GCG cenderung akan memperoleh kepercayaan publik yang lebih besar, terutama dari para investor (Wati et al., 2023). Keberhasilan penerapan *Good Corporate Governance* (GCG) sangat ditentukan oleh kepatuhan terhadap prinsip-prinsip utama GCG, yaitu transparansi, akuntabilitas, tanggung jawab, dan keadilan. Prinsip-prinsip ini berfungsi untuk menyeimbangkan kepentingan berbagai pihak dalam perusahaan demi tercapainya tujuan bersama (Saputra, 2020).

Penerapan GCG yang efektif tidak hanya memperkuat sistem pengelolaan internal, tetapi juga memberikan kontribusi langsung terhadap peningkatan nilai perusahaan. Dengan menerapkan GCG secara berkelanjutan, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik sehingga meningkatkan nilai dan daya saing di pasar (Fajriah & Jumady, 2022). Penelitian yang dilakukan oleh Quranni & Arifah (2024) dan Fajriah & Jumady (2022) mengungkapkan bahwa

GCG berpengaruh positif secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi yang menyatakan bahwa penerapan GCG yang efektif dapat mengurangi konflik kepentingan antara manajemen dan pemegang saham. Dengan demikian, perusahaan tidak hanya mampu meningkatkan kinerjanya, tetapi juga mendorong pertumbuhan nilai perusahaan secara keseluruhan. Namun, hasil penelitian Novia et al. (2023) dan Orbaningsih et al. (2022) menunjukkan bahwa GCG tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan tiga grafik sebelumnya, terlihat adanya fenomena menarik dalam industri perbankan Indonesia selama periode 2021-2024. Meskipun terjadi peningkatan signifikan dalam pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Good Corporate Governance* (GCG), nilai perusahaan yang diprosikan dengan *Price to Book Value* (PBV) justru mengalami tren penurunan. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara teori dan praktik di lapangan. Secara teoritis, berbagai studi terdahulu menunjukkan bahwa CSR dan GCG memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan karena keduanya dianggap mampu meningkatkan reputasi, mengurangi risiko, dan memperkuat hubungan perusahaan dengan para pemangku kepentingan. Namun, fakta empiris menunjukkan bahwa peningkatan CSR dan GCG tidak selalu diiringi dengan peningkatan nilai pasar perusahaan.

Fenomena ini mengindikasikan bahwa pengaruh CSR dan GCG terhadap nilai perusahaan mungkin bersifat tidak langsung, dan dapat dipengaruhi oleh

variabel lain yang memperkuat atau memperlemah hubungan tersebut. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, penulis memasukkan kinerja keuangan yang diproksikan dengan *Return on Assets* (ROA) sebagai variabel moderasi. Kinerja keuangan (ROA) dianggap sebagai faktor internal yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam mengelola aset untuk menghasilkan laba, yang secara tidak langsung mencerminkan efektivitas dan efisiensi operasional perusahaan. Semakin tinggi nilai ROA, maka semakin besar laba yang diperoleh dan semakin optimal pula pemanfaatan aset perusahaan (Saputra, 2020).

ROA yang tinggi dapat memperkuat sinyal positif dari pengungkapan CSR dan GCG, karena menunjukkan bahwa strategi keberlanjutan dan tata kelola perusahaan dijalankan secara efektif dan didukung oleh kinerja operasional yang solid. Sebaliknya, jika kinerja keuangan lemah, maka pengungkapan CSR dan GCG dapat dianggap kurang berdampak atau sekadar formalitas tanpa kontribusi nyata terhadap perusahaan. Dengan demikian, pengujian peran kinerja keuangan sebagai variabel moderasi menjadi penting untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan kompleks antara CSR, GCG, dan nilai perusahaan, khususnya di sektor perbankan yang memiliki peran sentral dalam stabilitas ekonomi nasional.

Meskipun berbagai penelitian telah meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan, masih terdapat ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh *corporate social responsibility* dan *good corporate governance* terhadap nilai perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan

penelitian lanjutan terkait dengan ketidakkonsistenan hasil penelitian terdahulu untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Pengungkapan *Good Corporate Governance* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi”**.

1.2 Rumusan Masalah dan Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pemaparan dalam latar belakang terkait nilai perusahaan diatas, maka peneliti dapat merumuskan beberapa permasalahan untuk dapat diteliti lebih lanjut sebagai berikut:

- 1) Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 2) Apakah pengungkapan *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 3) Apakah kinerja keuangan memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan?
- 4) Apakah kinerja keuangan mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan?
- 5) Apakah kinerja keuangan mampu memoderasi pengaruh pengungkapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- 2) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.
- 3) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan.
- 4) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan yang di moderasi kinerja keuangan.
- 5) Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan yang di moderasi kinerja keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat yang signifikan baik secara teoritis maupun praktis. Berikut manfaat dari penelitian ini, yaitu:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dalam bidang akuntansi keuangan, khususnya dalam memahami hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR), *Good Corporate Governance* (GCG), dan nilai perusahaan, serta peran kinerja keuangan sebagai variabel moderasi.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk memperkuat penelitian sebelumnya dan menjadi sumber referensi serta bahan kajian bagi pengembangan teori dan penelitian selanjutnya terkait hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan melalui kinerja keuangan perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) Bagi Manajemen Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran pentingnya pelaksanaan CSR dan penerapan prinsip-prinsip GCG sebagai strategi untuk meningkatkan nilai perusahaan, terlebih saat kinerja keuangan mendukung hubungan tersebut.

2) Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam pengambilan keputusan investasi yang lebih tepat dengan mempertimbangkan pengungkapan CSR, GCG dan kinerja keuangan

sebagai indikator yang dianggap penting bagi nilai perusahaan dalam jangka panjang.

3) Bagi Regulator

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dalam mengevaluasi efektivitas kebijakan terkait pelaporan keberlanjutan, penerapn GCG dan keterbukaan informasi keuangan perusahaan, khususnya di sektor perbankan. Serta, memberikan masukan dalam menyusun kebijakan baru yang mendorong keterbukaan informasi, tanggung jawab sosial, serta transparansi tata kelola perusahaan.

4) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran publik tentang pentingnya peran tanggung jawab sosial dan tata kelola perusahaan dalam menciptakan nilai ekonomi dan sosial. Dimana, perusahaan yang menerapkan praktik tanggung jawab sosial dan tata kelola yang baik dapat memberikan kontribusi positif bagi kesejahteraan masyarakat dan kelestarian lingkungan.