

UKURAN PERUSAHAAN MEMODERASI PENGARUH *CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY, TAX AVOIDANCE, DAN SUSTAINABILITY
REPORTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Ekstraktif dan Sektor Keuangan
Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020)

SKRIPSI



RESKA NOVIA

17043055

JURUSAN AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2021

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

UKURAN PERUSAHAAN MEMODERASI PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, TAX AVOIDANCE, DAN SUSTAINABILITY REPORTING* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Ekstraktif dan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020)

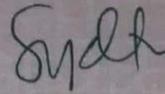
Nama	Peska Novia
TM/NIM	201717043055
Jenjang Pendidikan	Strata 1 (S1)
Jurusan	Akuntansi
Fakultas	Ekonomi

Padang, 11 November 2021

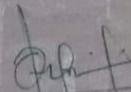
Disetujui Oleh

Ketua Jurusan Akuntansi

Pembimbing



Sany Dwita, SE, M.Si, Ak, C.A., Ph.D
NIP. 19800103 200212 2 001



Falmawati, SE, M.Si
NIP. 19740303 200812 2 001

HALAMAN PENGESAHAN LULUS UJIAN SKRIPSI

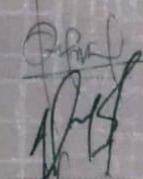
Dinyatakan lulus setelah diperbahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Padang

Judul : Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh
Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, dan
Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Ekstraktif dan
Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia Periode 2017-2020)

Nama : Reska Novia
TM/NIM : 201717043055
Jurusan : Akuntansi
Keahlian : Akuntansi Keuangan
Fakultas : Ekonomi

Padang, 11 November 2021

Tim Penguji

No.	Jabatan	Nama	Tanda Tangan
1.	Ketua	Halmawati, SE, M.Si	
2.	Anggota	Nayang Helmayunita, SE, M.Sc	
3.	Anggota	Charolme Cheisvianny, SE, M.Ak	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Reska Novia
TM/NIM : 2017/17043055
Tempat/Tanggal Lahir : Bukittinggi, 08 Mei 1998
Jurusan : Akuntansi
Alamat : Aur Kuning, Kec. ABTB, Kota Bukittinggi
No.Hp/Telp : 0822-8339-7446
Judul Skripsi : Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, dan Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan (*Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Ekstraktif dan Sektor Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020*)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis/skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik (Sarjana) baik di UNP atau di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan, kecuali secara eksplisit tercantum sebagai acuan dalam naskah dengan cara menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Karya tulis/skripsi ini sah apabila telah ditanda tangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua jurusan.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar akademik yang telah diperoleh melalui karya tulis/skripsi ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Padang, 11 November 2021

Saya yang Menyatakan



Reska Novia
NIM. 17043055

ABSTRAK

Novia, R. (17043055/2017). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh CSR, Tax Avoidance, Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan.

Pembimbing : Halmawati, SE, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari CSR, *tax avoidance*, dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi. Populasi pada penelitian ini adalah perusahaan sektor ekstraktif (pertambangan dan pertanian) dan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020 yang berjumlah 180 perusahaan. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling sehingga didapatkan 32 perusahaan sebagai sampel penelitian. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi moderasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2) *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan 3) *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan 4) ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan 5) ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan, 6) ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Kontribusi variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sebesar 8,3%, sedangkan sisanya sebesar 91,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*; Nilai Perusahaan ;*Sustainability Reporting*; *Tax Avoidance*; *Ukuran Perusahaan*

ABSTRACT

Novia, R. (17043055/2017). Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh CSR, Tax Avoidance, Sustainability Reporting terhadap Nilai Perusahaan.

Pembimbing : Halmawati, SE, M.Si

The purpose of this research is to examine the effect of corporate social responsibility, tax avoidance, and sustainability reporting with size of company as a moderating variable. The population of this research are companies engaged in extractive (agriculture sector and mining sector) and financial sectors listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2017-2020 period which total 180 companies. The sampling method carried out by purposive sampling method, so 32 companies were obtained as research samples. The analytical method used moderated regression analysis. The results of this research indicate that 1) corporate social responsibility has positive effect on firm value 2) tax avoidance has negative effect on firm value 3) sustainability reporting does not effect on firm value 4) size of company support positive effect of corporate social responsibility on firm value 5) size of company support negative effect of tax avoidance on firm value 6) size of company does not effect of sustainability reporting on firm value. The contribution of the independent variable in explaining the dependent variable in the amount of 8,3%, while the remaining 91,7% explained by other variables outside the model.

Keywords: *Corporate Social Responsibility ; Firm Value ; Size of Company; Sustainability Reporting ; Tax Avoidance*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan berkah Nya sehingga penulis diberikan kelancaran, kekuatan dan ketabahan hati dalam menyelesaikan tugas wajib penulis sebagai mahasiswa untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Negeri Padang, yaitu sebuah skripsi yang berjudul “Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Corporate Social Responsibility, Tax Avoidance, dan Sustainability Reporting* terhadap Nilai”. Skripsi ini dapat penulis selesaikan berkat bantuan berbagai pihak yang berjasa memberikan bimbingan, semangat serta kritik dan saran. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Halmawati, SE., M.Si selaku dosen pembimbing atas semua bimbingan, motivasi serta kesediaan memberikan waktu dan masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Fefri Indra Arza, SE, M.Sc. Akselaku dosen pembimbing akademik yang sudah memberikan arahan dan saran sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan
3. Ibu Nayang Helmayunita, SE, M.Sc selaku dosen penguji untuk penilaian dan saran perbaikan terhadap skripsi ini.
4. Ibu Charoline Cheisviyanny, SE., M.Ak selaku dosen penguji untuk penilaian dan saran perbaikan terhadap skripsi ini.
5. Ibu Sany Dwita, SE., M.Si., Ak., CA., Ph.D selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang untuk semua kebijakan yang sudah ditetapkan.

6. Abang Rizki selaku admin prodi akuntansi yang sudah mempermudah segala urusan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Teristimewa untuk ama dan apa, atas kasih sayang dan doa-doa yang tiada hentinya untuk penulis, sehingga penulis bisa sampai ke tahap ini. Terimakasih telah mendukung apapun pilihan yang penulis pilih dan terimakasih telah berusaha dan bekerja keras sehingga penulis bisa mengenyam pendidikan sampai jenjang sarjana saat ini. Semoga lelah ama dan apa dapat berbuah manis suatu hari nanti.
8. Kakak , abang, dan adik, terimakasih atas *support* dan perhatiannya.
9. Alya dan Fauzi, terimakasih telah menjadi *moodbooster* dan penyemangatpenulis saat lelah.
10. Fatimah, terimakasih telah menjadi teman, sahabat, dan keluarga yang selalu kebersamai dari awal kuliah hingga saat ini, dan InsyaAllah selamanya.
11. Achdy Muhadis, terimakasih atas perhatian dan semangat yang diberikan kepada penulis. Terimakasih telah menemani saat penulis merasa sendirian.
12. Difaf Sausan Aqila, Fitria Sarifatun Nisa' dan Syaza Furqana, terimakasih telah menjadi sahabat baik yang membuat jalan cerita masa perkuliahan ini lebih bermakna, semoga persahabatan ini selamanya.
13. Mai Celvin, Gian Javier danAwandra Firson terimakasih sudah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan ini, terimakasih atas

dukungannya.

14. Firma, Alia, dan Mutia terimakasih sudah menjadi teman dan terimakasih untuk segala keseruannya.
15. Teman-teman akuntansi kelas B. Penulis beruntung sekali bisa berada diantara orang-orang luar biasa seperti kalian.

Penulis menyadari tidak ada gading yang tak retak begitu pula dengan penulisan skripsi ini, yang masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis mohon kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan penulis kedepannya. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi banyak pihak terutama bagi penulis. Atas perhatiannya penulis ucapkan terimakasih.

Padang, 11November 2021

(Reska Novia)

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	12
BAB II.....	14
KAJIAN TEORI	14
A. Teori Agensi (Agency Theory).....	14
B. Teori Legitimasi (legitimacy theory)	14
C. Nilai Perusahaan	15
D. Corporate Social Responsibility (CSR)	16
E. Tax Avoidance	17
F. Sustainability Reporting.....	18
G. Ukuran Perusahaan	19
H. Matriks Penelitian Terdahulu.....	20
I. Kerangka Konseptual.....	27
J. Pengembangan Hipotesis	27
Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	27
Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	29
Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	30
Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi	31
Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi	32

Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi	33
BAB III	35
METODOLOGI PENELITIAN.....	35
A. Jenis dan Sumber Data	35
B. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
C. Definisi Operasional Variabel	38
D. Metode Pengumpulan Data	43
E. Metode Analisis Data	43
BAB IV	48
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	48
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
B. Teknik Analisis Data.....	48
C. Pengujian Hipotesis	60
D. Pembahasan.....	64
Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan	64
Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	66
Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	67
Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi	69
Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi	70
Pengaruh <i>Sustainability Reporting</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi	72
BAB V	74
KESIMPULAN DAN SARAN.....	74
A. Kesimpulan	74
B. Keterbatasan.....	76
C. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Prosedur Pemilihan Sampel	37
Tabel 3.2 Daftar Nama Perusahaan yang Memenuhi Kriteria Sampel	38
Tabel 4.1 Hasil Analisis Deskriptif	50
Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas	54
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	55
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi	58
Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Moderasi	59
Tabel 4.6 Nilai R Square	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	28
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1-Prosedur Pemilihan Sampel
- Lampiran 2-Daftar Nama Sampel
- Lampiran 3-Perhitungan Corporate Social Responsibility
- Lampiran 4-Perhitungan Tax Avoidance
- Lampiran 5-Perhitungan Sustainability Reporting
- Lampiran 6-Perhitungan Ukuran Perusahaan
- Lampiran 7-Perhitungan Nilai Perusahaan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Meningkatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini tidak terlepas dari adanya pengaruh perkembangan lingkungan ekonomi, sosial politik, serta pesatnya kemajuan teknologi. Oleh karena itu setiap perusahaan perlu menyesuaikan dan mampu membaca setiap peluang yang ada untuk dapat mengelola fungsi-fungsi manajemennya dengan baik, mulai dari bidang produksi, bidang pemasaran, bidang sumber daya manusia, dan bidang keuangan sehingga perusahaan mampu bersaing dengan kompetitornya (Pratama & Wiksuana, 2019).

Ketatnya persaingan juga menuntut perusahaan untuk lebih meningkatkan kinerja dan berinovasi dengan produk-produk yang dimilikinya agar lebih kompetitif dibanding pesaing lainnya. Namun, untuk meningkatkan kinerja tersebut perusahaan membutuhkan dana atau modal tambahan (Pratama & Wiksuana, 2019). Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk mendapatkan modal tambahan yaitu dengan menjual saham yang dimiliki ke pasar modal yaitu Bursa Efek Indonesia (BEI) (Permana & Wirawati, 2018).

Perusahaan yang dapat memperdagangkan sahamnya di bursa adalah perusahaan yang sudah *Go-Public*, sehingga setiap saat dapat diperoleh valuasi terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan menjadi

salah satu indikator utama yang dilihat oleh investor dalam memutuskan untuk melakukan investasi. Nilai perusahaan akan memberikan gambaran atas kinerja manajemen dalam menjalankan tanggungjawab sebagai pengelola kekayaan para pemegang saham, semakin tinggi harga saham maka akan membuat nilai perusahaan semakin tinggi. Hal ini sesuai dengan *theory of the firm* yang menjelaskan bahwasujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan kekayaan atau nilai perusahaan (*value of the firm*). Nilai perusahaan atau disebut juga dengan nilai pasar perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayarkan oleh calon pembeli apabila saham perusahaan tersebut dijual. Faktor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan antara lain yaitu kemampuan perusahaan menghasilkan laba, kebijakan hutang yang dilakukan perusahaan, skala dari perusahaan tersebut, harga saham, dan pendapatan dari saham tersebut (Arifianto & Chabachib, 2016).

Nilai perusahaan juga dipengaruhi oleh tindakan-tindakan yang dilakukan oleh perusahaan seperti yang terjadi pada PT Adaro Energy Tbk (ADRO) dimana pasca diterpa isu dugaan praktik penggelapan pajak oleh lembaga non profit *Internasional Global Witness*. Dalam laporan investigasinya disebutkan bahwa ADRO melakukan penggelapan pajak dengan memindahkan sejumlah pendapatan serta labanya ke jaringan perusahaan di luar negeri. *Global Witness* mengendus, sejak tahun 2009 hingga tahun 2017, ADRO membayar pajak US\$ 125 juta lebih rendah kepada pemerintah Indonesia. Sehingga, karena tuduhan ini saham

ADRO sempat mengalami penurunan. Pada perdagangan Senin (9/7/2019) saham ADRO turun 2,47% ke level Rp. 1.380 per saham dan pada perdagangan Jumat (5/7/2019) saham ADRO turun 0,35% ke level Rp. 1.425 per saham (IPOTNEWS, 2019).

Berdasarkan kajian literatur penelitian terdahulu terkait nilai perusahaan seperti yang dilakukan oleh Lastanti & Salim (2019) yang menggunakan pengungkapan *corporate social responsibility*, *good corporate governance* dan kinerja keuangan sebagai variabel independen dalam penelitiannya dan penelitian Kwok & Kwok (2020) dengan variabel independen yaitu *corporate social responsibility* dan *tax avoidance* yang dimoderasi dengan variabel kepemilikan asing. Pada penelitian ini peneliti memilih variabel independennya yaitu : *Corporate Social Responsibility*, *Tax Avoidance*, dan *Sustainability Reporting*. Peneliti memilih ketiga variabel tersebut karena hasil dari penelitian terdahulu masih bervariasi dan belum konsisten.

Mengacu pada riset yang dilakukan oleh *Centre for Governance, Institutions, and Organizations (CGIO) National University of Singapore (NUS) Business School* pada tahun 2016 memaparkan rendahnya pemahaman perusahaan terhadap praktik CSR pada 100 perusahaan di empat negara yakni Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand. Berdasarkan riset yang dilakukan didapatkan hasil bahwa keempat negara tersebut termasuk Indonesia telah memiliki tingkat pelaporan CSR yang tinggi. Namun, jika dilihat dari kualitasnya praktik CSR di Indonesia

masih belum diimplementasikan dengan baik (Suastha, 2016).

Corporate social responsibility (CSR) menjadi isu paling banyak dibahas oleh perusahaan karena hal tersebut berkaitan dengan tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan. Di Indonesia CSR diatur dalam Undang- Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas aturan tersebut mewajibkan perusahaan-perusahaan yang menggunakan sumberdaya alam untuk melakukan kegiatan CSR. Salah satu alasan perusahaan melakukan pengungkapan CSR adalah untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat yang nantinya akan mempengaruhi citra perusahaan dan secara tidak langsung akan berdampak pada nilai perusahaan. Penelitian terdahulu yang meneliti mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan yaitu penelitian yang dilakukan oleh Bardos et al. (2020) mendapatkan hasil bahwa persepsi pasar produk adalah saluran dimana CSR menciptakan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sama juga didapatkan oleh Arianti & Putra (2018) CSR akan berdampak positif terhadap nilai perusahaan, ketika perusahaan meningkatkan kegiatan CSR hal tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Namun beberapa penelitian lainnya mendapatkan hasil berbeda bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh (Hutabarat dkk, 2015), (Nurlela dan Islahudin 2008).

Sedangkan *Tax Avoidance* adalah penghindaran pajak yang dilakukan secara legal yang tujuan utamanya untuk memaksimalkan laba perusahaan. Tindakan *tax avoidance* yang dilakukan oleh perusahaan

dapat mempengaruhi nilai perusahaan. Penelitian yang melihat pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan dilakukan oleh Dewi (2017) yang menemukan bahwa *tax avoidance* berdampak positif terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Tarihoran (2018) bahwa *tax avoidance* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga ditemukan oleh Septyaningrum (2020) bahwa penghindaran pajak tidak memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga diperkuat oleh temuan Suropto & Sugiyanto (2020) bahwa *tax avoidance* tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Beberapa tahun terakhir *Sustainability* (keberlanjutan) *Reporting* telah menjadi isu perkembangan utama perusahaan. Konsep ini muncul karena adanya tuntutan dan harapan masyarakat tentang peran perusahaan dalam masyarakat. Tuntutan masyarakat ini muncul karena serangkaian tragedi lingkungan dan kemanusiaan di berbagai belahan dunia, seperti Minamata (Jepang), Bhopal (India), Chernobyl (Uni Soviet), dan Shell (Nigeria). Kasus serupa juga terjadi di Indonesia seperti kasus banjir lumpur panas yang disebabkan oleh perusahaan minyak dan gas, Lapindo Brantas Inc. Perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap pihak-pihak di luar manajemen dan pemilik modal (Erkanawati, 2018). Untuk itu, dibutuhkan suatu sarana yang dapat memberikan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan dan ekonomi secara sekaligus. Sarana tersebut dikenal dengan nama laporan keberlanjutan atau *sustainability*

report(Wibowo &Faradiza, 2014).

Dalam upaya mendukung pelaksanaan *sustainability reporting*, pada tahun 2017 Otoritas Jasa Keuangan mengeluarkan aturan nomor 51/POJK.03/2017, yang mewajibkan perusahaan-perusahaan selain perusahaan yang kegiatannya berkaitan dengan lingkungan untuk mengungkapkan *sustainability reporting* salah satunya perusahaan sektor keuangan. Secara umum kegiatan sektor keuangan tidak memiliki hubungan langsung dengan kerusakan lingkungan. Hal ini sangat berbeda jika dibandingkan dengan sektor lain seperti sektor pertanian dan pertambangan (ekstraktif) yang kegiatannya berkaitan dengan pengolahan sumber daya alam. Namun, sektor keuangan terutama subsektor perbankan secara tidak langsung melalui penyaluran dananya memberikan modal bagi perusahaan melaksanakan proyek yang menimbulkan banyak kerusakan pada lingkungan dan sosial. Contohnya pada kasustahun 2019 kebakaran hutan di Kalimantan dan Sumatera, yang disebabkan oleh proyek besar bernilai milyaran bahkan triliunan untuk pembukaan lahan perkebunan dan eksplorasi ,eksploitasi tambang, dan pembangunan pembangkit tenaga listrik, dimana sebagian besar proyek tersebut didanai melalui pinjaman dana dari bank. Untuk itu perusahaan sektor keuangan juga perlu menerbitkan *sustainability reporting* untuk memudahkan pemerintah dalam melakukan pengawasan ketat terhadap perusahaan untuk meminimalisir kerusakan lingkungan serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sosial (Sitorus, 2020).

Penelitian yang melihat pengaruh *sustainability reporting* terhadap

nilai perusahaan dilakukan oleh Erkanawati (2018) menemukan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun hasil berbeda ditemukan oleh Pujiningsih (2020) bahwa informasi dalam *sustainability report* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil ini juga diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Kusuma & Priantinah (2018) bahwa pengungkapan *sustainability report* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan teori agensi dan teori legitimasi untuk menjelaskan setiap variabel yang digunakan dalam penelitian, dimana teori agensi berfokus terhadap dua pelaku yang mempunyai perbedaan kepentingan antara agen dan principal. Teori ini juga memberikan gambaran pemisahan antara manajemen dan pemegang saham. Teori agensi muncul ketika manajemen berusaha menekan rendah pajak dengan melakukan penghindaran pajak untuk mendapatkan nilai perusahaan yang tinggi sedangkan prinsipal tidak menginginkan adanya penghindaran pajak karena dianggap hal tersebut merupakan manipulasi laporan keuangan. Penghindaran pajak yang dilakukan oleh manajemen juga dapat memberikan asimetri informasi terhadap investor (Adityamurti & Imam, 2017). Sedangkan teori legitimasi menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) dan laporan berkelanjutan (*Sustainability Reporting*) dilakukan perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dimana perusahaan tersebut berada. Adanya legitimasi berupa respon positif dari masyarakat dapat meningkatkan nilai perusahaan (Utari,

2015)

Pada penelitian ini peneliti memilih sektor ekstraktif (pertambangan dan pertanian) dan sektor keuangan karena sebagian besar penelitian serupa lebih banyak dilakukan pada sektor manufaktur. Selain itu, sektor pertambangan juga merupakan sektor yang paling banyak mengalami gejolak dan berdasarkan studi yang dilakukan oleh *Fitch Solution* menyebutkan bahwa daya saing sektor pertambangan di Indonesia masih rendah. Nilai skor Indonesia berada di bawah 20 sedangkan skor daya saing pertambangan yang menarik dan berdaya saing tinggi itu mendekati 100. Hal ini mengindikasikan skor Indonesia masih rendah dan kurang kompetitif (Citradi, 2019). Dan peneliti memilih sektor keuangan karena sektor keuangan merupakan salah satu sektor yang diharapkan memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang dan juga memiliki kontribusi besar terhadap pendapatan negara. Sektor keuangan juga memiliki intermediasi bagi sektor ekstraktif. sektor keuangan memfasilitasi sektor ekstraktif mendapatkan dana yang dibutuhkan dengan menyediakan beberapa produk keuangan (Gunawan, 2019).

Penelitian ini menarik dilakukan karena belum banyak yang menguji kombinasi CSR dan Sustainability Reporting terhadap nilai perusahaan dengan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi, yang akan memperkuat atau memperlemah pengaruh dari ketiga variabel independen yang digunakan dalam penelitian terhadap nilai perusahaan.

Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik dari internal maupun eksternal (Khumairoh et al., 2016). Entitas yang memiliki total aset dengan jumlah besar akan lebih banyak mendapatkan perhatian investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya, serta pihak manajemen akan lebih leluasa dalam menggunakan aset yang ada untuk meningkatkan nilai perusahaan (Cecilia et al., 2015).

Berdasarkan fenomena dan uraian di atas peneliti tertarik untuk menguji terkait nilai perusahaan khususnya perusahaan pada sektor pertanian dan pertambangan dengan judul **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Tax Avoidance*, dan *Sustainability Reporting* Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Ekstraktif dan Keuangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020)”**

B. Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuanganyang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?
- b. Apakah *Tax Avoidance* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan

pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?

- c. Apakah *Sustainability Reporting* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?
- d. Apakah Ukuran Perusahaan dapat memoderasi hubungan CSR terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?
- e. Apakah Ukuran Perusahaan dapat memoderasi hubungan *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?
- f. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan *Sustainability Reporting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian adalah untuk menguji secara empiris tentang :

1. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari CSR

- terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020
2. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020
 3. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020
 4. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari CSR yang di moderasi dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020
 5. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari *tax avoidance* yang di moderasi dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020

6. Untuk memberikan bukti empiris mengenai pengaruh dari *sustainability reporting* yang di moderasi dengan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

- a) Hasil penelitian ini bagi penulis akan menambah wawasan serta pengetahuan dalam memahami bagaimana pengaruh dari *corporate social responsibility*, *tax avoidance*, dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi dengan ukuran perusahaan yang memperkuat atau memperlemah hubungan antara *corporate social responsibility*, *tax avoidance*, dan *sustainability reporting* dengan nilai perusahaan pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan yang terdaftar di BEI 2017-2020.
- b) Hasil penelitian ini dapat berguna untuk peneliti

selanjutnya yang ingin meneliti mengenai nilai perusahaan sebagai referensi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi perusahaan, investor, pemerintah dan semua kalangan yang membutuhkan informasi khususnya mengenai pengaruh *corporate social responsibility*, *tax avoidance*, dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi dengan ukuran perusahaan (Studi Empiris pada perusahaan sektor ekstraktif (pertanian dan pertambangan) dan perusahaan sektor keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2020).

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori agensi menjelaskan hubungan yang timbul dari principal dan agen. Manajemen sebagai agen dituntut untuk bertindak sesuai dengan kepentingan investor sebagai principal. Namun perbedaan kepentingan dari manajemen dan investor menimbulkan konflik. Investor menginginkan informasi yang sesuai dengan keadaan perusahaan, namun manajemen memiliki tujuan lain seperti bonus, kenaikan pangkat dan sebagainya, informasi yang dimiliki manajemen lebih memadai daripada informasi yang dimiliki investor sehingga hal tersebut menyebabkan adanya asimetri informasi.

Kaitan teori agensi dengan nilai perusahaan yaitu manajemen akan melakukan segala cara agar nilai perusahaan meningkat di mata investor. Hal tersebut menyebabkan informasi yang diberikan oleh manajemen tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Pada penelitian ini peneliti menguji pengaruh dari *corporate social responsibility*, *tax avoidance*, dan *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan yang di moderasi dengan ukuran perusahaan.

B. Teori Legitimasi (*legitimacy theory*)

Teori legitimasi dikemukakan oleh Lindblom (1984), Guthrie and Parker (1989) dan Patten (1992) yang berasal dari konsep legitimasi organisasi yang didefinisikan oleh (Dowling & Pfeffer, 1975) sebagai

kondisi atau status yang ada saat sistem nilai perusahaan saling terhubung dengan sistem nilai sosial. Menurut teori ini suatu perusahaan akan terus berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa perusahaan beroperasi untuk sistem nilai yang sesuai dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi dilandasi oleh kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat di lingkungan perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Kontrak sosial muncul karena adanya interelasi dalam kehidupan sosial masyarakat agar terjadi keselarasan, keserasian, dan keseimbangan, termasuk dalam lingkungan sehingga terjadi kesepakatan-kesepakatan yang saling melindungi kepentingan masing-masing (Hadi, 2011).

Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Donovan & Gibson, 2000). Dalam penelitian ini peneliti memilih variabel CSR dan *sustainability report* untuk menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan sehingga mereka diterima oleh masyarakat dan bagaimana pengaruh dari kedua variabel tersebut terhadap nilai perusahaan.

C. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan gambaran bagaimana kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham.

Untuk itu manajer harus membuat keputusan investasi yang tepat, membuat keputusan pendanaan yang tepat dan keputusan dividen yang tepat serta keputusan terkait modal kerja bersih agar menciptakan nilai bagi perusahaan. Nilai perusahaan terkait dengan kondisi tertentu yang telah dicapai perusahaan sebagai bentuk kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut sejak perusahaan berdiri hingga saat ini (Oktaviani et al., 2019).

Teori keagenan dapat menjelaskan mengenai nilai perusahaan. Manajemen sebagai agen dalam perusahaan memiliki keleluasaan untuk memaksimalkan laba yang orientasinya adalah untuk kepentingan manajemen sendiri dengan biaya yang harus ditanggung oleh pemilik perusahaan. Sedangkan yang menjadi tujuan utama dari perusahaan sendiri adalah bagaimana meningkatkan nilai perusahaan dengan peningkatan kemakmuran pemilik atau pemegang saham. Hal inilah yang menyebabkan timbulnya konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham atau pemilik (Endraswati, 2012)

D. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility sebagai tindakan yang secara sadar dilakukan oleh perusahaan untuk mengintegrasikan sebuah perhatian sebagai rasa tanggung jawab terhadap sosial maupun lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dapat berupa upaya meningkatkan kesejahteraan

masyarakat sekitar dan menjaga lingkungan, memberikan beasiswa untuk anak tidak mampu, dana untuk pemeliharaan fasilitas umum, sumbangan untuk membangun desa/fasilitas masyarakat yang bersifat sosial dan berguna untuk masyarakat banyak.

Kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan *image* dan citra perusahaan menjadi lebih baik. Hal ini sesuai dengan teori legitimasi dimana teori ini menjelaskan bahwa untuk dapat terus berjalan dengan baik perusahaan harus mendapatkan legitimasi dan mempengaruhi persepsi masyarakat. Dengan kegiatan CSR perusahaan diharapkan tidak merugikan masyarakat dan lingkungan atas kegiatan dan keputusan-keputusan yang diambil. Tidak hanya mendapatkan legitimasi dari masyarakat tetapi secara tidak langsung kegiatan CSR akan menjadi daya tarik yang dapat menarik minat para investor dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Sehingga secara sederhana dapat dikatakan bahwa CSR akan mempengaruhi nilai perusahaan yang nantinya tercermin dari harga saham dan laba yang didapatkan oleh perusahaan (Utari, 2015).

E. Tax Avoidance

Tax avoidance (penghindaran pajak) merupakan suatu upaya legal dan aman bagi wajib pajak untuk melakukan penghindaran pajak, dimana wajib pajak memanfaatkan celah (*grey area*) yang terdapat dalam undang-undang dalam peraturan perpajakan, untuk memperkecil jumlah pajak yang terutang (Pohan, 2014). Penghindaran pajak yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan profitabilitas dan arus kas. Namun hal

tersebut menjadi dilema etika bagi perusahaan ketika melakukan penghindaraan pajak yang menimbulkan adanya konflik kepentingan. Jika perusahaan melakukan penghindaraan pajak maka hal tersebut dapat meningkatkan profitabilitas, akan tetapi praktik penghindaran pajak yang dilakukan dapat mengategorikan perusahaan tidak bertanggung jawab secara sosial karena secara tidak langsung mengurangi pajak yang dibayarkan. Sehingga mempengaruhi dukungan kepada pemerintah dalam pembangunan maupun program-program sosial lainnya (Huseynov & Klamm, 2012).

F. Sustainability Reporting

Menurut *Global Report Initiatives (GRI) Sustainability reporting* merupakan laporan yang diterbitkan oleh perusahaan atau organisasi yang menjelaskan mengenai dampak ekonomi, lingkungan dan sosial berdasarkan aktivitas sehari-hari dari perusahaan tersebut. Dalam laporan keberlanjutan tersaji nilai-nilai dan model tata kelola organisasi, dan menunjukkan kaitan antara strategi dan komitmen perusahaan terhadap ekonomi global yang berkelanjutan (Maskat, 2018).

Sustainability report merupakan praktek pengukuran dan pengungkapan serta upaya akuntabilitas dari kinerja organisasi untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan terhadap pemangku kepentingan baik internal maupun eksternal. Bagi investor *sustainability report* merupakan alat kontrol atas pencapaian kinerja perusahaan

sehingga dapat menjadi media dalam pengambilan keputusan. Sementara itu, bagi perusahaan *sustainability report* sebagai bentuk komitmen perusahaan kepada *stakeholders* untuk menjaga kehidupan sosial dan lingkungan disekitar perusahaan (Puspitandari & Septiani, 2017)

G. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan skala dimana perusahaan dapat diklasifikasikan sebagai besar atau kecil dengan berbagai cara antara lain dengan total aset perusahaan, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat digambarkan melalui total aset, jumlah penjualan, rata-rata penjualan aset dan rata-rata total aset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat menjadi penentu tingkat kepercayaan investor. Semakin besar perusahaan, maka semakin dikenal oleh masyarakat yang berarti bahwa semakin mudah untuk mendapatkan informasi yang akan meningkatkan nilai perusahaan (Novari & Lestari, 2016).

Menurut Badan Standarisasi Nasional, ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga jenis yaitu:

1. Perusahaan besar. Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.
2. Perusahaan menengah. Perusahaan menengah adalah

perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 Milyar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki hasil penjualan lebih besar dari Rp. 1 Milyar dan kurang dari Rp. 50 milyar.

3. Perusahaan kecil. Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Milyar/tahun.

H. Matriks Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Arianti & Putra (2018)	Pengaruh Profitabilitas pada Hubungan <i>Corporate Social Responsibility & Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> - Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Institutional - Komite Audit - Profitabilitas 	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan 2) Kepemilikan manajerial (KM) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan 3) Kepemilikan Institutional (KI) tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan 4) Komite Audit (KA) tidak berpengaruh

				<p>terhadap nilai perusahaan</p> <p>5) Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan CSR terhadap nilai perusahaan</p> <p>6) Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan Kepemilikan Manajerial (KM) terhadap nilai perusahaan</p> <p>7) Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan Kepemilikan Institusional (KI) terhadap Nilai Perusahaan</p> <p>8) Profitabilitas tidak mampu memoderasi hubungan komite audit terhadap nilai perusahaan</p>
2.	Suripto & Sugiyanto (2020)	Transparansi Perusahaan Memoderasi Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tax Avoidance</i> - <i>Leverage</i> - Transparansi Perusahaan 	<p>1) <i>Tax avoidance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>2) <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3) Transparansi perusahaan</p>

				<p>berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>4) Penghindaraan pajak dan <i>leverage</i> secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>5) Transparansi perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan <i>tax avoidance</i> terhadap nilai perusahaan</p> <p>6) Transparansi perusahaan mampu memoderasi dan memperkuat hubungan <i>leverage</i> terhadap nilai perusahaan</p>
3.	Abdelfattah & Aboud (2020)	<i>Tax avoidance, corporate governance, and corporate social responsibility : The case of the Egyptian capital market</i>	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tax avoidance</i> - <i>Corporate governance</i> - <i>Corporate social responsibility</i> 	<p>1) Menunjukkan bahwa semakin tinggi kemungkinan penghindaran pajak, semakin tinggi kemungkinan tingkat pengungkapan CSR perusahaan</p> <p>2) Tata kelola perusahaan yang efektif, yang diukur</p>

				<p>dengan kehadiran keluarga atau anggota asing di dewan direksi perusahaan Mesir, adalah pendorong pelaporan CSR yang lebih tinggi.</p> <p>3) Menunjukkan bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang meningkat memperoleh nilai pengembalian saham yang lebih tinggi</p>
4.	Permana & Wirawati (2018)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> pada Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Pemoderasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pengungkapan CSR - Kepemilikan asing - Nilai perusahaan 	<p>1) CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan</p> <p>2) Kepemilikan Asing terbukti mampu memperkuat pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada nilai perusahaan</p>
5.	Pratama & Wiksuana (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - Ukuran Perusahaan - <i>Leverage</i> - Nilai Perusahaan 	<p>1) Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>

		dengan Profitabilitas sebagai Variabel Mediasi	Profitabilitas	<p>2) <i>Leverage</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>4) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas</p> <p>5) <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas</p>
6.	Herdianto & Ardiyanto (2016)	Pengaruh <i>Tax Avoidance</i> terhadap Nilai Perusahaan	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Tax avoidance</i> - Kepemilikan Institusional - Biaya Agensi - Nilai perusahaan 	<p>1) <i>Tax avoidance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan</p> <p>2) Kepemilikan institusional tidak dapat memoderasi hubungan penghindaran pajak dan nilai perusahaan</p> <p>3) <i>Tax avoidance</i> terhadap biaya agensi</p> <p>4) Biaya agensi tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan</p>
7.	Bardos et al.(2020)	<i>Corporate Social Responsibility</i> ,	<ul style="list-style-type: none"> - CSR - Persepsi 	1) Terdapat hubungan

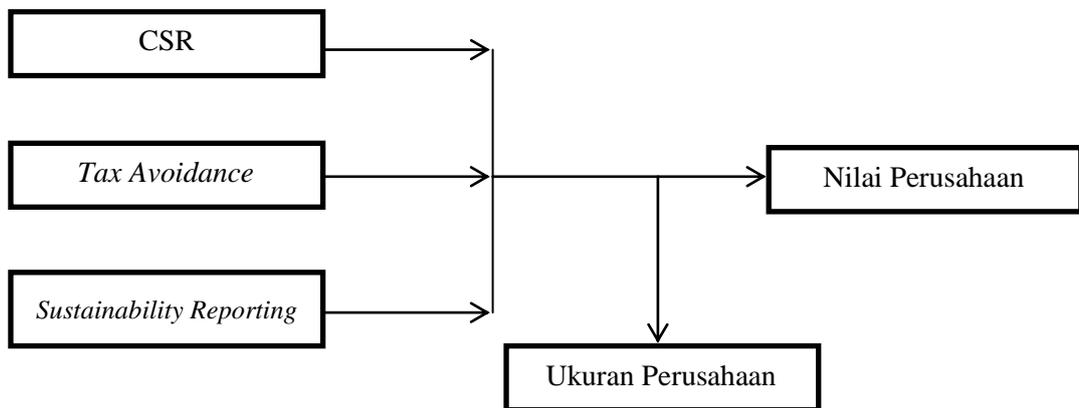
		<i>Product Market Perception and Firm Value</i>	- Pasar Produk - Nilai Perusahaan	antara komunitas, CSR dan persepsi pasar 2) Komunitas dan CSR secara signifikan berkorelasi dengan produk, persepsi pasar 3) Persepsi pasar produk berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan
8.	Oktaviani et al.(2019)	<i>Effect of Profitability, Tax Avoidance and Information Transparency On Firm Value : An Empirical Study In Indonesia</i>	- Profitabilitas - Nilai perusahaan - Penghindaraan Pajak - Transparansi Informasi	1) Profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 2) Penghindaraan pajak berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan 3) Transparansi informasi tidak memperkuat hubungan antara penghindaraan pajak dengan nilai perusahaan
9.	Sejati & Prastiwi (2015)	Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Kinerja dan Nilai Perusahaan	- Sustainability report - Kinerja perusahaan - Nilai perusahaan	1) Pengungkapan sustainability report tidak memiliki pengaruh secara signifikan

				<p>terhadap kinerja perusahaan</p> <p>2) Pengungkapan sustainability report tidak memberikan pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>3) Pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial yang ada dalam sustainability report tidak memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan</p> <p>4) Pengungkapan yang ada dalam sustainability report tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan</p>
10.	Erkanawati (2018)	Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada Periode 2011-2015	<p>- Sustainability report (pengungkapan kinerja ekonomi, pengungkapan kinerja lingkungan, dan pengungkapan kinerja sosial)</p> <p>- Nilai</p>	<p>1) Pengungkapan kinerja ekonomi pada sustainability report memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan</p> <p>2) Pengungkapan kinerja lingkungan pada</p>

			perusahaan	sustainability report terhadap nilai perusahaan 3) Pengungkapan kinerja sosial memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap nilai perusahaan 4) Pengungkapan sustainability report
--	--	--	------------	--

I. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1



J. Pengembangan Hipotesis

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Kusumadilaga (2010) menyatakan bahwa tanggung jawab perusahaan tidak lagi berpijak pada nilai perusahaan yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya saja, tapi tanggung jawab perusahaan juga berpijak pada aspek yang mencakup keuangan,

sosial, dan lingkungan. Hal ini dikarenakan kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan. Untuk itu, CSR juga mempunyai peran yang penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari peningkatan penjualan perusahaan dengan cara melakukan berbagai aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya.

Corporate Social Responsibility (CSR) dapat memberikan dampak baik bagi perusahaan terutama untuk meningkatkan citra positif perusahaan yang nantinya dapat membuat reputasi perusahaan semakin meningkat dan berujung pada peningkatan nilai perusahaan. Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh teori agensi dan teori legitimasi. Teori agensi menjelaskan dalam pelaksanaan CSR terdapat kepentingan perusahaan salah satunya untuk menciptakan citra positif perusahaan di mata masyarakat sedangkan teori legitimasi menjelaskan CSR untuk menunjukkan tingkat kepatuhan perusahaan agar dapat diterima di lingkungan masyarakat.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Bardos et al., (2020) mendapatkan hasil persepsi bahwa pasar produk adalah saluran dimana CSR menciptakan nilai perusahaan. Hasil penelitian yang sama juga didapatkan oleh Arianti & Putra (2018), dimana CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti semakin banyak CSR yang dilakukan perusahaan maka akan

semakin tinggi nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1: CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan

Perilaku penghindaran pajak (*tax avoidance*) merupakan tindakan yang dilakukan untuk mengurangi pajak terutang perusahaan, dimana perusahaan melakukan pengurangan jumlah laba dengan tidak mengakui pendapatan saat ini tetapi diakui dimasa yang akan datang. Karena apabila laba perusahaan tinggi maka akan semakin tinggi pula beban pajak yang harus ditanggung perusahaan (Oktaviani et al., 2019).

Adanya perilaku penghindaraan pajak menimbulkan konflik keagenan antara manajer dan investor. Penghindaraan pajak dapat menimbulkan perilaku oportunistik manajer, yang dapat mengurangi keuntungan yang akan diterima oleh investor karena manajer bisa saja memasukkan biaya pribadinya ke dalam biaya operasional perusahaan untuk memperkecil jumlah laba yang dilaporkan. Dan perilaku penghindaran pajak dapat mempengaruhi keputusan investor dalam mengambil keputusan investasi. Penelitian yang dilakukan oleh Violeta & Serly (2020) dan Chen et al.(2014)mendapatkan hasil bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut berarti semakin tinggi tingkat *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka akan

menyebabkan turunnya nilai perusahaan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H2: *Tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan

Meningkatnya nilai perusahaan adalah tujuan dari setiap perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi para pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut (Haruman,2007). *Sustainability Report* menjadi alat bukti perusahaan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan peraturan yang ada serta sebagai bukti bahwa perusahaan juga bertanggung jawab atas kepentingan *stakeholdernya*. Salah satu manfaat dari *Sustainability Report* adalah dapat membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan (WCBSD)(Widianto & Prastiwi, 2011). Tujuan perusahaan menerbitkan *Sustainability Report* adalah untuk menarik minat investor membeli saham perusahaan. Dengan meningkatnya jumlah saham yang beredar dan meningkatnya harga saham perusahaan, perusahaan berharap dapat meningkatkan nilai perusahaan yang diprosikan dengan Tobin's Q. Peningkatan harga

saham disebabkan oleh demand dari investor yang meningkat secara signifikan namun *supply* yang ada terbatas (Sejati & Prastiwi, 2015). Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3 : *Sustainability Reporting* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi

Penelitian ini menjadikan ukuran perusahaan sebagai variabel pemoderasi untuk menguji apakah ukuran perusahaan dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan skala pengklasifikasian besar atau kecilnya dengan berbagai cara misalnya total asset yang dimiliki, kapitalisasi pasar yang dimiliki atau dengan total penjualan perusahaan. Hasil dari beberapa penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka akan semakin luas tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan karena perusahaan besar merupakan entitas yang menjadi sorotan dari khalayak ramai (Wedayanti & Wirajaya, 2018).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Wedayanti & Wirajaya (2018) bahwa ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan pengungkapan CSR dengan nilai perusahaan. Hal ini

sesuai dengan teori legitimasi bahwa perusahaan yang melaksanakan pengungkapan CSR secara luas akan mendapatkan legitimasi dari masyarakat dengan meningkatnya minat serta kepercayaan investor untuk berinvestasi dengan harga yang tinggi pada saham perusahaan karena investor beranggapan perusahaan akan memberikan keuntungan secara *sustainable* dan tingginya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Junardi (2019) dan Suryonugroho (2016) menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H4: Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pengaruh *Tax Avoidance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi

Perusahaan dengan ukuran yang besar cenderung lebih mampu dan stabil untuk menghasilkan laba jika dibandingkan dengan perusahaan dengan total aset yang kecil. Oleh karena itu, dengan laba yang stabil dan besar tersebut mengakibatkan adanya kemungkinan perusahaan untuk melakukan praktik penghindaran pajak, karena jika perusahaan memiliki laba yang besar akan menyebabkan jumlah beban pajak yang akan dibayarkan besar pula. Berdasarkan teori agensi, sumber daya yang dimiliki oleh

perusahaan dapat digunakan oleh *agent* untuk memaksimalkan kompensasi kinerja *agent*, yaitu dengan cara menekan beban pajak perusahaan untuk memaksimalkan kinerja perusahaan yang nantinya berpengaruh terhadap nilai perusahaan (Rosa Dewinta & Ery Setiawan, 2016)

Penelitian yang dilakukan oleh Aulia dan Mahpudin (2020) menemukan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *tax avoidance*. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menguji apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah hubungan antara *tax avoidance* dengan nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H5: Ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan

Pengaruh *Sustainability Reporting* terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Pemoderasi

Teori agensi menjelaskan bahwa perusahaan besar memiliki biaya agensi yang besar. Sehingga untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan besar cenderung akan mengungkapkan informasi secara luas jika dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal tersebut dilakukan karena pengungkapan *sustainability report* yang dilakukan dapat menjadi pengurang biaya agensi sebagai wujud dari tanggung jawab sosial (Wulandari & Septiani, 2017). Selain itu dengan pengungkapan *sustainability*

report perusahaan juga akan mendapat legitimasi dari masyarakat yang nantinya akan berdampak pada citra perusahaan di mata masyarakat yang akan mempengaruhi nilai perusahaan (Rifandi, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Wulandari & Septiani, 2017) mendapatkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *sustainable disclosure*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Rifandi, 2017) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap *sustainability report*. Dalam penelitian ini peneliti mencoba menguji apakah ukuran perusahaan memperkuat atau memperlemah hubungan antara *sustainability report* terhadap nilai perusahaan. Maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H6: Ukuran Perusahaan memperkuat pengaruh positif *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti pada 32 perusahaan sektor ekstraktif (sektor pertanian dan pertambangan) dan sektor keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020 dengan total sampel 128 sampel, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut sesuai dengan penyusunan hipotesis pertama pada penelitian ini. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Arianti & Putra (2018), Permana & Wirawati (2018) dan Bardos et al., (2020) bahwa CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, semakin baik CSR yang dilakukan dan diungkapkan perusahaan maka akan semakin baik nilai perusahaan.
2. Hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa *tax avoidance* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut sesuai dengan penyusunan hipotesis kedua pada penelitian ini. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Violeta & Serly (2020), Chen et al. (2014) dan Fadillah (2019) bahwa *tax avoidance* memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan, semakin tinggi tingkat *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka akan semakin menurun nilai perusahaan tersebut.
3. Hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut berlawanan

dengan hipotesis ketiga pada penelitian ini. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Habibi & Andraeny (2018) dan Sejati & Prastiwi (2015) yang menemukan bahwa *sustainability reporting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

4. Hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis keempat dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Kesumastuti & Dewi (2021) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh positif CSR terhadap nilai perusahaan, semakin besar ukuran perusahaan maka akan semakin baik pelaksanaan dan pengungkapan CSR maka akan semakin meningkat nilai perusahaan.
5. Hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memperkuat pengaruh negatif *tax avoidance* terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis keempat dalam penelitian ini. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi tingkat *tax avoidance* yang dilakukan perusahaan maka akan semakin menurun perusahaan.
6. Hasil uji regresi moderasi menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak memoderasi pengaruh *sustainability reporting* terhadap nilai perusahaan. Hasil tersebut berlawanan dengan hipotesis keenam dalam penelitian ini.

B. Keterbatasan

Pada penelitian ini terdapat keterbatasan, yaitu :

1. Hasil dari koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu 8,3% hal tersebut berarti masih banyaknya variabel lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Dalam penelitian ini peneliti hanya memilih sektor ekstraktif dan sektor keuangan, sehingga belum memberikan gambaran terhadap perusahaan yang terdaftar di BEI secara keseluruhan.

C. Saran

Berdasarkan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti mengajukan beberapa saran dalam upaya perbaikan penulisan untuk penelitian selanjutnya, antara lain :

1. Nilai perusahaan pada penelitian ini diukur dengan menggunakan proksi PBV. Penelitian selanjutnya sebaiknya dapat menggunakan proksi nilai perusahaan
2. Hasil koefisien determinasi pada penelitian ini yaitu 8,3% hal tersebut berarti masih banyaknya variabel lainnya yang mempengaruhi nilai perusahaan sehingga untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lainnya.
3. Penelitian selanjutnya sebaiknya memperluas subjek penelitian dengan memilih sektor lain yang terdaftar di BEI sehingga sampel penelitian lebih banyak.