

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Tujuan perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam mengelola operasionalnya, memiliki prospek pertumbuhan yang baik dan mampu memberikan penegmbalian yang menarik bagi pemilik saham, sehingga akan meningkatkan kesejahteraan kepada pamiliknya. Perusahaan yang berorientasi profit akan berusaha dan berkonsentrasi pada upaya mereka untuk mencapai laba yang maksimal. Maksimasi kesejahteraan pemilik perusahaan dapat tercermin oleh peningkatan harga saham dan pertumbuhan asset (Brigham & Houston, 2018).

Harga saham menunjukkan apakah nilai perusahaan berada pada nilai *undervalued* atau *overvalued*. Harga saham yang tinggi menunjukkan harga saham telah diapresiasi positif oleh masyarakat. *Capital gain* dan dividen merupakan keuntungan yang akan diterima jika memiliki saham. *Capital gain* akan diperoleh ketika pemilik saham menjual sahamnya pada saat harga saham naik, namun ketika tidak dijual maka hal tersebut akan meningkatkan nilai kekayaan pemiliknya. Hal ini berarti kemakmuran pemilik akan meningkat seiring dengan kenaikan harga saham. Idealnya nilai perusahaan harus meningkat atau mengalami pertumbuhan. Batasan nilai perusahaan ditunjukkan oleh nilai *equilibriumnya* yang dinyatakan berdasarkan general *equilibrium theory* yaitu Tobin Q (Damodaran, 2015), (Brigham & Houston, 2018). Nilai Tobin Q menunjukkan hubungan antara nilai instrinsik perusahaan dengan nilai pasar. Nilai ideal dari Tobin Q adalah 1 yang menunjukkan bahwa pasar menilai perusahaan secara wajar artinya nilai buku aktiva = nilai pasar aktiva.

Harga saham yang diperjualbelikan merupakan ukuran nilai perusahaan yang menerbitkan sahamnya di pasar modal (Husnan & Pudjiastuti, 2011). Perkembangan harga saham perusahaan-perusahaan di bursa dapat dilihat dari

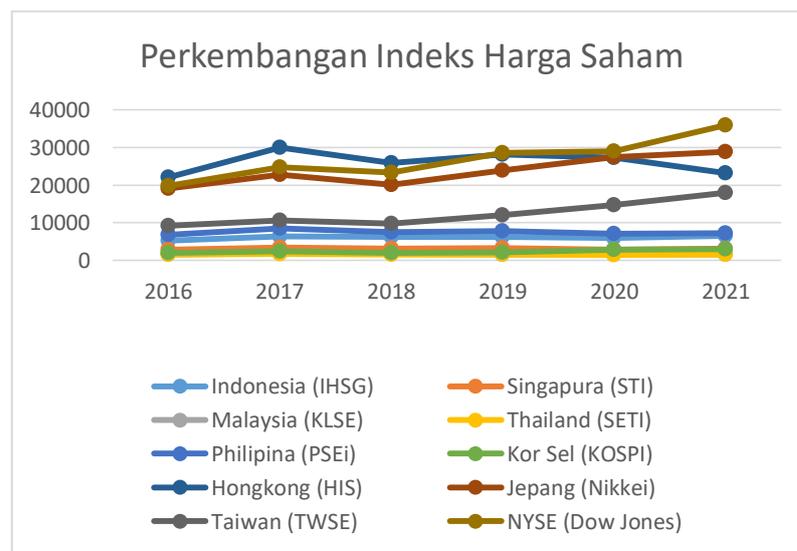
perkembangan indeks harga saham. Tabel 1.1. memberikan informasi terkait perkembangan indeks harga saham yang fluktuasi di sejumlah negara.

Tabel 1.1
Indeks Harga Saham

| Periode | Indonesia (IHSG) | Singapore (STI) | Malaysia (KLSE) | Thailand (SETI) | Philifina (PSEi) | Korea Selatan (KOSPI) | Hongkong (HIS) | Japan (Nikkei) | Taiwan (TWSE) | NYSE (Dow Jone) |
|---------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|-----------------------|----------------|----------------|---------------|-----------------|
| 22016 | 5.296,71 | 2.884,93 | 1.641,73 | 1.542,93 | 6.840,64 | 2.026,46 | 22.000,56 | 19.114,37 | 9.252,50 | 19.762,60 |
| 22017 | 6.355,65 | 3.402,92 | 1.796,81 | 1.743,29 | 8.535,09 | 2.467,49 | 29.919,15 | 22.783,98 | 10.642,86 | 24.719,22 |
| 22018 | 6.194,50 | 3.068,76 | 1.690,58 | 1.563,88 | 7.466,02 | 2.041,04 | 25.845,70 | 20.077,62 | 9.727,10 | 23.327,46 |
| 22019 | 6.299,54 | 3.222,83 | 1.588,76 | 1.579,84 | 7.815,26 | 2.197,67 | 28.189,75 | 23.837,72 | 11.997,14 | 28.538,44 |
| 22020 | 5.979,07 | 2.843,81 | 1.627,21 | 1.449,35 | 7.139,71 | 2.873,47 | 27.231,13 | 27.444,17 | 14.732,52 | 28.939,67 |
| 22021 | 6.562,90 | 3.108,28 | 1.516,45 | 1.637,22 | 7.181,86 | 3.012,43 | 23.223,76 | 28.782,59 | 17.961,64 | 35.950,56 |

Sumber : idx

Berdasarkan tabel 1.1 menunjukkan bahwa penurunan kinerja indeks harga saham bukan hanya dialami oleh Indonesia namun juga dialami oleh negara-negara lain seperti Malaysia (KLSE), Korea (Kospi), Hongkong (HIS), Filipina (PSEi), dan Thailand (SETI), hal tersebut menunjukkan bahwa secara global indeks saham mengalami penurunan.



Sumber : idx

Gambar 1. 1

Leni Yuliyanti, 2024

EFEK MODERATED MODERATION FIRM SIZE PADA CORPORATE GOVERNANCE DALAM PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Grafik Perkembangan Indeks Harga Saham Dunia

Berdasarkan grafik 1.1 terlihat indeks harga saham tahun 2006 - 2020 menunjukkan indeks harga saham di beberapa negara mengalami fluktuasi. Hal tersebut menunjukkan bahwa indeks harga saham mengalami peningkatan dan juga penurunan. Indeks harga saham yang meningkat menunjukkan harga saham yang tergabung di dalamnya meningkat dan juga sebaliknya. Jika indeks harga saham meningkat, itu menunjukkan bahwa harga saham yang tergabung di dalamnya juga meningkat. Namun tidak semua perusahaan memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan yang dapat meningkatkan harga saham di bursa. Faktanya, banyak perusahaan yang memiliki saham di jual di bursa bukan saja tidak mengalami kenaikan harga, tetapi malah mengalami stagnan atau penurunan harga seperti dalam grafik 1.1. Kondisi tersebut bertentangan dengan peningkatan kemakmuran kesejahteraan pemegang saham yang merupakan tujuan dari perusahaan.

Harga saham yang tinggi secara teoritis akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini terjadi karena para pemilik dan calon investor akan berlomba-lomba untuk membeli saham tersebut ketika harganya naik. Sebaliknya, ketika harga pasar saham rendah, nilai saham akan menjadi lebih rendah. Karena itu, harga saham menjadi kurang menarik, yang mengakibatkan investor mengalihkan atau mentransfer dana mereka ke perusahaan lain yang menjanjikan lebih banyak keuntungan. Informasi yang disampaikan oleh manajemen baik informasi keuangan ataupun non keuangan akan mempengaruhi kenaikan dan penurunan harga pasar saham. Informasi tersebut akan menjadi sinyal bagi pihak-pihak yang berkepentingan untuk merespon hal tersebut. Jika sinyal tersebut direspon positif maka akan dapat meningkatkan harga saham.

Globalisasi menyebabkan perubahan yang sangat cepat dan persaingan ketat dalam dunia bisnis. Peningkatan pertumbuhan perusahaan diikuti dengan kerusakan lingkungan dan kesenjangan social yang disebabkan oleh eksploitasi sumber daya secara tidak terkendali oleh bisnis untuk mendapatkan keuntungan, yang dapat mengganggu keseimbangan dalam kehidupan. Dalam keadaan seperti

ini, CSR sangat penting untuk mengurangi dampak negatif untuk membangun perusahaan yang tangguh dan berkelanjutan.

Banyak pihak telah menyadari betapa pentingnya melaksanakan CSR. Karena dengan CSR banyak bermanfaat bagi perusahaan diantaranya akan mendapatkan kepercayaan dari para stakeholdersnya. Perusahaan yang melaporkan informasi sosial dalam laporan keuangannya lebih disukai oleh investor (Barnea & Rubin, 2010). Oleh karena itu, perusahaan beralih dari prinsip *single bottom line* ke prinsip *triple bottom line*, yang berarti bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada keuntungan atau ekonomi perusahaan saja namun juga harus berorientasi terhadap *profit, people dan planet* (3P). Suatu perusahaan dapat bertahan maka ia harus mengubah kontrak sosialnya menjadi bagian dari sistem sosial yang ada. Perusahaan yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan lebih diterima oleh masyarakat untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat..

Mengacu pada *signaling theory*, CSR akan menurunkan perbedaan-perbedaan informasi antara pihak eksternal dan internal perusahaan. Informasi ini akan direspon oleh investor, semakin baik pengungkapan CSR maka hal ini akan menjadi sinyal positif oleh investor. Perusahaan mengkomunikasikan informasi penting terkait CSR untuk mengurangi asimetri informasi dan memenuhi harapan *stakeholders*. Dalam teori *stakeholder* diungkapkan bahwa perusahaan harus menguntungkan *stakeholdernya* juga daripada keuntungannya sendiri. Selain itu informasi CSR akan membangun kepercayaan dan memastikan bahwa mereka dianggap sah dan diterima oleh masyarakat. Dengan demikian sinyal yang dikirimkan oleh perusahaan tidak hanya membantu mengurangi ketidakpastian tetapi juga memperkuat legitimasi mereka di mata masyarakat atau pemangku kepentingan. Sehingga perusahaan dapat menciptakan nilai jangka panjang yaitu nilai perusahaan yang berkelanjutan.

Penelitian terkait hubungan kedua hal tersebut telah dilakukan di beberapa negara. Penelitian di negara *emerging* menunjukkan bahwa CSR meningkatkan nilai perusahaan juga profitabilitas (Padfield, 2015), (Cherian et al., 2019). Di China, CSR dapat membawa kepercayaan sosial ke perusahaan, dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan selama epidemi (Zhang & Jung, 2020). Di

Indonesia CSR mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Wirawan et al., 2020). Di Taiwan nilai perusahaan berkorelasi positif dengan CSR (Chen & Lee, 2017). Di India perusahaan yang harus mengeluarkan dana untuk CSR selama periode pasca peraturan memiliki nilai pasar yang lebih tinggi (Jadiyappa et al., 2021). Berdasarkan data di NYSE tanggung jawab social perusahaan meningkatkan nilai perusahaan (Cho & Tsang, 2020). Begitu juga di Australia CSR meningkatkan kinerja keuangan (Nguyen & Faff, 2006).

Penelitian di negara *emerging* di Asia, ditemukan terdapat hubungan yang positif antara praktik CSR dan kinerja keuangan dimana lebih kuat di negara pasar modal yang kurang *emerging* dibandingkan dengan negara yang lebih non *emerging* (Almunawar & Low, 2013). Di negara *non emerging* seperti Amerika, Eropa, dan Asia CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan (Jo & Harjoto, 2011).

Hasil penelitian berbeda (Crisóstomo et al., 2011) di Brazil yang menunjukkan bahwa CSR berkorelasi negative dengan nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian (Sampong et al., 2018) di Afrika menunjukkan tidak terdapat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan. Penemuan di *Gulf Cooperation Council* (GCC) bahwa CSR tidak membantu meningkatkan nilai perusahaan sampai melebihi ambang batas transisi nilai (Ghardallou & Alessa, 2022).

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian tersebut, maka penulis tertarik untuk menggali lebih dalam faktor lain yang dapat memitigasi dari dampak buruk pelaksanaan CSR oleh perusahaan. Analisis *moderated moderation* digunakan dalam penelitian ini untuk membantu memahami hal tersebut. Selanjutnya berdasarkan penelusuran terhadap literatur terdahulu, peneliti memiliki asumsi bahwa terdapat faktor lain yang dapat mengurangi dampak buruk dari pelaksanaan CSR pada perusahaan.

Corporate governance dapat memainkan peran penting dalam memperkuat atau memperlumahkan dampak berbagai faktor terhadap kinerja perusahaan. Hal ini berdasarkan temuan penelitian sebelumnya yang menunjukkan bahwa *corporate governance* memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan (Rodríguez-Fernández et al., 2019). Penelitian di Korea menunjukkan struktur

corporate governance mempengaruhi CSR dan kinerjanya dengan moderat. Oleh karena itu, pengaruh CSR terhadap kinerja bergantung pada *corporate governance*. Kinerja perusahaan dapat ditingkatkan melalui struktur *corporate governance* (Yeon, 2016). *Corporate governance* mengatur hubungan antara berbagai bagian dari sebuah perusahaan. Oleh karena itu untuk dapat memaksimalkan nilai dan kemakmuran pemegang saham perusahaan menerapkan mekanisme *corporate governance* (Sutojo, S., & Aldridge, 2015).

Mekanisme *corporate governane* dilaksanakan dengan tujuan menghindari konflik kepentingan antara manajemen termasuk dewan direksi, komisaris, dan para manager dan pemegang saham. Dewan direksi akan menentukan kebijakan atau strategi perusahaan yang ditetapkan tersebut baik dalam jangka panjang ataupun jangka pendek. Semakin banyak dewan direksi yang ada, semakin besar kemungkinan strategi perusahaan akan tercapai. Dengan strategi yang baik akan meningkatkan laba dan meningkatkan nilai perusahaan.

Corporate governance dalam hal ini diukur dengan dewan direksi. Hal ini dilakukan karena mekanisme *corporate governance* yang paling penting adalah karakteristik dewan yang diukur dengan ukuran dewan (Kabir & Thai, 2017) dan (Ntim & Soobaroyen, 2013). Salah satu karakteristik penting yang dapat mempengaruhi berbagai aspek operasional dan strategis perusahaan termasuk pengungkapan CSR adalah ukuran dewan direksi. Korelasi yang positif antara nilai perusahaan dan ukuran dewan direksi menunjukkan bahwa dewan yang lebih besar memiliki akses yang lebih besar kepada sumber daya (Ntim et al., 2015), (Ciftci et al., 2019). Hal yang sama dilakukan di Nigeria bahwa *corporate governance* diukur dengan ukuran dewan, independensi dewan, dan keragaman gender (Hamid & Ibrahim, 2020).

Penelitian (Zheng & Tsai, 2019) menunjukkan hasil yang berbeda dengan penelitian sebelumnya yaitu bahwa di China ukuran dewan direksi ditemukan memoderasi secara negatif hubungan antara diversifikasi terkait dan kinerja perusahaan dan secara positif memoderasi hubungan antara diversifikasi tidak terkait dan kinerja perusahaan. Ukuran dewan direksi, konsentrasi kepemilikan,

dan kepemilikan manajemen tidak secara signifikan memoderasi hubungan CSR dan kinerja keuangan (Ba, 2017).

Berbagai penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan pada ukuran dewan yang besar akan memberikan lebih besar pengaruhnya terhadap nilai perusahaan. Ukuran dewan yang besar menunjukkan keberagaman karakteristik dewan yang akan memberikan penetapan kebijakan yang lebih baik dan lebih komprehensif. Namun ukuran dewan yang kecil akan memberikan kemudahan dalam mempermudah koordinasi dan pengambilan keputusan akan lebih efektif. Oleh karena itu dapat diartikan bahwa pengaruh *corporate governance* dalam hal ini diukur dengan ukuran dewan menunjukkan hasil yang berbeda.

Firm size menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang menunjukkan bahwa perusahaan mengalami pertumbuhan dan perkembangan kegiatan operasionalnya. Perusahaan yang besar memiliki sumber daya (manusia, finansial, teknis dan lain-lain) yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil dan menengah. Perusahaan besar juga memiliki peluang lebih besar untuk mencapai skala ekonomi dalam kegiatannya karena kemudahan akan mendapatkan sumber dana dari luar dan juga kepercayaan pihak yang luar.

Namun dengan kondisi tersebut perusahaan besar akan lebih mendapatkan perhatian baik dari pemerintah dan juga dari publik dan media. Hal ini mendorong mereka untuk memberikan informasi selengkap mungkin sehingga tidak menimbulkan asimetri informasi. Dengan semakin meningkatnya *firm size* maka aktivitas perusahaan dan kompleksitas permasalahan perusahaan pun akan meningkat, termasuk masalah ekonomi, lingkungan dan sosial.

Firm size yang semakin besar maka akan semakin besar tuntutan akan pertanggungjawaban ekonomi, sosial dan lingkungannya (CSR). Sehingga perusahaan yang melaksanakan CSR akan menarik minat investor sehingga CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan dan loyalitas pelanggan sehingga perusahaan akan mampu berkompetitive dengan perusahaan lain. Hal ini akan meningkatkan kepercayaan investor sehingga akan meningkatkan permintaan dan harga saham yang berdampak pada kenaikan nilai perusahaan. Hal ini sejalan

dengan hasil penelitian (Diantimala et al., 2021), (Kodongo et al., 2014), (Vo & Ellis, 2017), (Berger & Bonaccorsi di Patti, 2006), (H. N. Dang et al., 2019) bahwa ukuran perusahaan meningkatkan nilai perusahaan.

Dengan meningkatnya *firm size* tersebut maka diperlukan perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan terhadap CSR tersebut agar tidak menyimpang dari kebijakan perusahaan dan pemerintah. Dengan demikian diperlukan dewan direksi dalam jumlah yang tepat untuk memantau dan memastikan pencapaian tujuan perusahaan karena ukuran dewan direksi akan memberikan dampak yang berbeda pada perusahaan kecil dibandingkan perusahaan besar ((Eisenberg et al., 1998). Dewan yang lebih besar dan jumlah dewan eksternal lebih banyak cenderung dimiliki oleh perusahaan besar (Pincus et al., 1989) dan (Pearce & Zahra, 1992). Begitu pun di Australia menunjukkan bahwa ukuran dewan direksi meningkat seiring dengan *firm size* (Monem, 2013).

Pelaksanaan CSR oleh perusahaan akan semakin kompleks sesuai dengan pertambahan *firm size* (ukuran perusahaan) karena *firm size* yang besar akan dituntut untuk memberikan informasi yang luas termasuk informasi bagaimana perusahaan melakukan tanggung jawab sosialnya ketika semakin besar kompleksitas yang terjadi. Bagaimana nilai perusahaan diungkapkan terhadap tanggung jawab sosialnya dapat dipengaruhi oleh ukuran dan profitabilitas perusahaan (Handayati et al., 2022).

Semakin besar perusahaan akan semakin bertambah kegiatan atau aktivitas dalam peningkatan laba sehingga akan meningkatkan minat investor ke dalam perusahaan yang akan meningkatkan nilai perusahaan. Beberapa peneliti, seperti (Consuelo et al., 2019), (H. N. Dang et al., 2019), dan (Cheng, 2008) berpendapat bahwa nilai perusahaan yang lebih tinggi dimiliki oleh perusahaan yang lebih besar. Hal berbeda disampaikan oleh Zhang 2014 yang menegaskan bahwa relevansi hubungan CSR dengan nilai perusahaan hanya untuk perusahaan besar, karena penelitiannya tidak menemukan perbedaan apapun diantara keduanya baik perusahaan besar, menengah dan kecil. Namun (Francoeur, 2009) menyatakan bahwa perusahaan lebih kecil mungkin tidak mendapatkan manfaat dari CSR

sebanyak perusahaan besar, sehingga hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan pada perusahaan bisa berbeda.

Dengan demikian *firm size* dapat mempengaruhi nilai perusahaan. *Firm size* adalah faktor yang mendorong nilai perusahaan. *Firm size* sebagai variabel moderasi, dihitung menggunakan logaritma total asset menunjukkan hasil penelitian bahwa perusahaan kecil memiliki korelasi yang signifikan dengan nilai perusahaan, tetapi perusahaan besar tidak. Pengaruh pada valuasi pasar dapat berbeda antara perusahaan besar dan kecil (Kodongo et al., 2014). Hal ini dipertegas oleh penelitian di Eropa yang menunjukkan bahwa *firm size* memoderasi hubungan CSR dengan nilai perusahaan (D'Amato & Falivena, 2020). Hasil penelitian di Spanyol menunjukkan bahwa UMKM yang melakukan kegiatan CSR meningkatkan kinerja ekonominya, dan hubungan ini juga dimoderasi oleh ukuran organisasi; hubungan yang lebih kuat dimiliki oleh organisasi yang lebih besar (Juan et al., 2019).

Inkonsistensi dalam hasil penelitian berkaitan CSR dengan nilai perusahaan menjadi kesempatan penulis untuk menguji kembali konsistensi hasil penelitian dengan teori. Dari hasil penelitian tersebut muncul pertanyaan kritis bagaimana CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan, faktor apa yang dapat memperkuat atau memperlemah pengaruh tersebut. Berdasarkan hal tersebut maka *corporate governance* (ukuran dewan) diasumsikan mempengaruhi hubungan kedua variabel tersebut. Karena *corporate governance* (ukuran dewan) mempengaruhi pengambilan keputusan dalam semua aspek terkait kebijakan yang diterapkan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memahami bagaimana ukuran dewan mempengaruhi pilihan strategi CSR yang dapat meningkatkan nilai perusahaan, namun harus dengan mempertimbangkan ukuran perusahaan. Dengan kata lain, pendekatan kontingensi membantu memahami situasi di mana dewan akan bekerja lebih efektif dan cara-cara di mana dewan dapat meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk meningkatkan hasil temuan dan kebaruan penelitian dalam penelitian ini peneliti ingin mengkaji lebih mendalam terkait peran moderasi *corporate governance* dalam pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. dan peran *firm size*

dalam memoderasi kembali *corporate governance* pada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Argumentasi dikembangkan adalah pentingnya membangun *corporate governance* dalam sebuah perusahaan, karena peran ukuran dewan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan pengawasan terhadap kinerja manajemen yang diharapkan dapat menciptakan pengambilan keputusan yang sejalan dengan tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan sehingga akan meningkatkan kemakmuran pemegang saham. Selain itu argumen lainnya yaitu bagaimana *corporate governance* yang baik diukur oleh ukuran dewan pada perusahaan dengan *firm size* yang tepat.

Penelitian ini akan menilai bagaimana mekanisme *corporate governance* berdasarkan struktur dewan yaitu bagaimana ukuran dewan akan mempengaruhi CSR terhadap nilai perusahaan. Dalam penelitian ini perusahaan akan dikelompokkan berdasarkan ukuran (perusahaan besar, sedang dan kecil) untuk melihat apakah ada perbedaan signifikan dalam cara CSR dan *corporate governance* mempengaruhi nilai perusahaan.

Dari penelusuran tersebut menunjukkan bahwa penelitian terdahulu mempelajari pengaruh CSR terhadap nilai keputusan lebih fokus pada salah satu negara saja, atau dalam suatu wilayah yang hanya terdiri sedikit negara yang ditelitinya. Namun pada penelitian ini berfokus pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek Asia pada 18 negara Asia. Bursa efek di Asia merupakan pasar modal yang *emerging* namun berkembang dengan pesat, memiliki tingkat perkembangan ekonomi, system hukum dan budaya yang berbeda-beda dan memiliki kompleksitas pasar yang tinggi termasuk keberadaan perusahaan multinasional besar, dan juga perusahaan menengah dan kecil. Mengingat bahwa perusahaan di Asia mungkin menghadapi dinamika pasar dan regulasi yang berbeda dibandingkan dengan kawasan lain, penelitian ini berkontribusi untuk memberikan wawasan yang lebih relevan dan spesifik, dan melihat bagaimana perbedaan hal tersebut diantara negara *emerging* dan *non emerging* di Asia.

Dengan menutup kesenjangan teoretis dan empiris, penelitian ini diharapkan akan menambah literatur terkait teori signaling, nilai perusahaan, CSR, *corporate governance*, dan ukuran perusahaan. Sehingga diharapkan dapat memberikan

kontribusi 1) menunjukkan pola bahwa CSR memainkan peran penting dalam menciptakan efektivitas pengambilan keputusan yang berdampak peningkatan nilai perusahaan 2) menguatkan hasil temuan sebelumnya bahwa pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dimoderasi oleh *corporate governance* 3) menunjukkan efek moderasi *firm size* dalam memoderasi kembali *corporate governance* pada pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga memberikan panduan praktis pada perusahaan di Asia untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui kebijakan dan praktik yang efektif. Disamping itu sejauh ini belum ada penelitian yang meneliti efek moderasi *corporate governance* yang dimoderasi kembali oleh ukuran perusahaan, maka penulis ingin melakukan penelitian lebih lanjut tentang penelitian dengan judul “**Efek *Moderated Moderation Firm Size Pada Corporate Governance Dalam Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan***”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang sebelumnya, masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana gambaran *corporate social responsibility*, *corporate governance*, *firm size* dan nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek di Asia.
- 2) Bagaimana *corporate governance* memoderasi pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek di Asia.
- 3) Bagaimana *firm size* memoderasi kembali *corporate governance* pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek di Asia.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1) Bagaimana gambaran *corporate social responsibility*, *corporate governance*, *firm size* dan nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek di Asia.
- 2) Bagaimana *corporate governance* memoderasi pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek di Asia.
- 3) Bagaimana *firm size* memoderasi kembali *corporate governance* pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di bursa efek di Asia.

1.4 Kegunaan Penelitian

Secara teoritis dan praktis penulis berharap bahwa penelitian ini akan bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

1.4.1 Secara Teoritis

Diharapkan bahwa temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi konseptual untuk kebutuhan penelitian dan ilmu pengetahuan akademik, terutama dalam bidang manajemen keuangan. Secara khusus, akan memberi kita pemahaman tentang struktur teoritis dari setiap variabel, setiap variabel, *corporate social responsibility*, *corporate governance*, *firm size* dan nilai perusahaan

1.4.2 Secara Praktis

Menambah pengetahuan tentang deskripsi empiris dan konstruksi teoritis dari setiap variabel *corporate social responsibility*, *corporate governance*, *firm size* dan nilai perusahaan

- 1) Menambah bukti empirik tentang efek moderasi *corporate governance* pada pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.
- 2) Menambah bukti empirik efek *moderated moderation firm size* pada *corporate governance* dalam pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

- 3) Sebagai bahan pertimbangan manajemen/pengambil kebijakan dalam menetapkan kebijakan program CSR, *corporate social responsibility*, *corporate governance*, *firm size* dan meningkatkan nilai perusahaan.