

Pengaruh *Gender Diversity*, *Millennial Leadership*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Jihan Farrah Aldesis^{1*}, Nurzi Sebrina²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Padang, Padang, Indonesia

*Korespondensi: rafindjihan@gmail.com

Abstract

This study examines the effect of gender diversity, millennial leadership, and corporate social responsibility on firm value. The population is a company listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2021 which is included in LQ 45. Using purposive sampling, 30 companies were found. Firm value is measured by the Tobin's Q model. Gender diversity is the proportion of women on the board of directors, millennial leadership is the proportion of directors in the age range, and corporate social responsibility (CSR) is based on the Global Reporting Initiative Standard index (GRI Standard) Secondary data obtained from annual Company reports are obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange. Hypothesis testing was carried out by analysis using the panel regression method. The results of this panel show that gender diversity and corporate social responsibility have no effect on firm value, but millennial leadership have effect on firm value. In liquid companies, gender diversity, millennial leaders, and disclosure of corporate social responsibility activities cannot explain changes in firm value.

Keywords: *Corporate Social Responsibility; Gender Diversity; Millennial Leadership; Firm Value.*

How to cite

Aldesis, J.F. & Sebrina, Nurzi. (2025). Pengaruh *Gender Diversity*, *Millennial Leadership*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Nuansa Karya Akuntansi*,3(1), 1-17. DOI: <https://doi.org/10.24036/jnka.v3i1.71>



This is an open access article distributed under the [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perusahaan merupakan sebuah organisasi modern yang memiliki aktivitas proses produksi barang atau jasa untuk mencapai tujuannya, baik perusahaan dagang (*merchandising*), perusahaan jasa (*service*) dan perusahaan manufaktur (*manufacturing*) (Jifia, 2020). Setiap aktivitas bisnis dalam suatu perusahaan, tentunya perusahaan memiliki tujuan bisnis bersifat jangka pendek maupun jangka panjang, serta berkelanjutan. Nilai perusahaan dapat dilihat dari perkembangan naik turun dari tingginya nilai saham suatu perusahaan (Pristianingrum, 2017). Dengan upaya Perusahaan dalam mempengaruhi nilai perusahaan tentunya akan menciptakan reaksi kepada para investor berupa keuntungan terhadap pemegangan saham (Selly, Setiawan and Harianto, 2022).

Pada era bisnis yang penuh tantangan dan persaingan yang semakin ketat, perusahaan (bisnis) reputasi telah menjadi aset yang semakin berharga dan vital dalam memengaruhi nilai perusahaan (Uzliawati *et al.*, 2023). Untuk menjaga nilai perusahaan yang baik ada beberapa faktor eksternal dan internal yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan seperti keberlanjutan dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan, direktur/kepemimpinan milenial, aspek keuangan, dewan komisaris dan direksi, ukuran perusahaan, reputasi perusahaan, keragaman di perusahaan, kepemimpinan, budaya organisasi, kepuasan kerja, dan lainnya yang dapat mempengaruhi nilai Perusahaan baik secara internal maupun eksternal perusahaan (Karima, Uusiautti and Määttä, 2022) dan (Islam *et al.*, 2012).

Dalam hal ini, ada tiga aspek yang menjadi perhatian dalam mempengaruhinya nilai perusahaan yaitu diversitas gender, *millennial leadership*, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Aspek pertama, diversitas gender atau keberagaman gender, diversitas gender merupakan keterwakilan yang setara atau adil dari orang-orang dari jenis kelamin yang berbeda dalam jajaran dewan direksi. Ini paling sering mengacu pada rasio pria dan wanita dalam dewan direksi yang adil, tetapi juga termasuk orang-orang dari jenis kelamin interseks (Sulbahri, 2021). Penelitian Fauziah, (2018) bahwa diversitas gender dalam jajaran dewan direksi menghasilkan koefisien yang positif terhadap suatu nilai perusahaan. Menurut Aristia (2022) dikarenakan adanya perbedaan pola pikir wanita dan pria dari segi sudut pandang dan psikologi, dalam jajaran direksi yang diisi oleh pria dan wanita juga mempunyai ciri khas karakter yang beragam terutama dari cara mereka menentukan strategi perusahaan.

Kedua aspek *millennial leadership*, sebagai kepemimpinan masa kini dengan penyesuaian gaya pada generasi era 1980-an (Yumhi, 2020). Pada saat ini generasi milenial di era industri 4.0 sudah banyak memiliki pemikiran, ide dan terobosan yang baik di tengah akselerasi teknologi sehingga dapat mempengaruhi nilai perusahaan (Primasa *et al.*, 2019) Banyak dari generasi milenial yang memiliki bisnis startup yang berhasil, duduk di dalam pemerintahan dan tentunya andil di dalam perusahaan. Menurut Setiyono *et al.*, (2017) generasi milenial bersifat dinamis, instan, cepat, mudah, inovatif, dan kreatif sehingga memiliki gaya kepemimpinan yang visioner, energik, pandai berbaur dan beradaptasi, serta mahir teknologi. Dengan didorong oleh perkembangan teknologi dan informasi menjadikan keunggulan utama bagi generasi milenial untuk memimpin perusahaan di masa sekarang maupun masa depan (Ichlasul, 2023). Hal ini layak dipertimbangkan sebagai faktor yang turut mempengaruhi harga saham yang pada akhirnya berdampak pada pengukuran nilai perusahaan (Aprilia, 2022). Menurut penelitian (Harrison, 2017) pengembangan perusahaan dalam kepemimpinan milenial dengan komunikasi informasi dapat meningkatkan potensi daya saing perusahaan dalam kemampuan untuk menarik, mempertahankan dan mengembangkan karyawan lebih strategis dan inovatif dalam mempengaruhi nilai perusahaan.

Selanjutnya aspek tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), CSR merupakan faktor penting dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Konsep dari CSR awalnya dimunculkan oleh perusahaan multinasional dengan tujuan sebagai sarana untuk menjaga harmonisasi hubungan antara pemangku kepentingan perusahaan dan publik (Kesumastuti, 2021). Saputra and Mulian (2018) juga mengungkapkan bahwa CSR merupakan konsep akuntansi baru yang dapat meningkatkan transparansi melalui pengungkapan sosial atas aktivitas sosial perusahaan. Selain itu juga untuk mewujudkan pembangunan yang berkelanjutan, CSR bagi perusahaan menurut Karina *et al.*, (2020) adalah sebagai cara perusahaan memberikan bentuk tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan untuk menanggulangi kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial yang ditimbulkan akibat kegiatan yang dijalankan perusahaan.

CSR bagi perusahaan bertujuan untuk membangun hubungan dan kepercayaan publik terhadap perusahaan. Hal ini akan membentuk strategi bagi perusahaan untuk tercapainya *Sustainable Development Goals* (SDGs) sebagai bentuk pembangunan yang berkelanjutan

bagi perusahaan dalam waktu jangka panjang. Dikutip dari Afifah (2017) kemampuan perusahaan untuk memberikan kualitas dan nilai dari perspektif kolektif dari CSR dapat menjadikan penilaian bagi pihak *stakeholder* untuk menggambarkan berbagai peluang yang akan dihadapi perusahaan di masa akan datang (Sari, 2018).

Di Indonesia terdapat regulasi yang memberikan aturan mengenai pentingnya CSR bagi perusahaan. Aturan tersebut dituangkan dalam UU No. 40 Tahun 2007, Bab V, Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas. Undang-undang ini membahas tentang CSR oleh perusahaan, dalam hal ini perusahaan melaksanakan aktivitas komersial berdasarkan sektornya dan berkaitan dengan penyediaan sumber daya serta berkewajiban melaksanakan CSR sebagaimana mestinya (Saputra, 2018). Berdasarkan UU No. 25 Tahun 2007, Pasal 15 huruf (b) mengenai Penanaman Modal, setiap korporasi berkewajiban melakukan pelaksanaan kegiatan dalam bentuk tanggung jawab sosial perusahaan. Dan dalam pasal 34 ayat 1 menegaskan, jika korporasi tidak memenuhi kewajiban terkait pasal 15 maka akan dikenakan sanksi administrasi. Sanksi administrasi terhadap perusahaan dapat berupa pemberian peringatan secara tertulis, adanya penghentian kegiatan usaha, pembekuan aktivitas bisnis serta penyediaan akomodasi penanaman modal, dan bahkan penarikan izin operasional bisnis (UU No. 25 Tahun 2007).

Alasan peneliti fokus pada ketiga variabel tersebut sebagai aspek non-keuangan dalam mempengaruhi nilai perusahaan seperti penelitian yang dilakukan oleh Reavis, Singh and Tucci (2021) menjelaskan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) membantu generasi millennial menciptakan dunia kerja menjadi tempat yang lebih baik. CSR bagi pemangku kepentingan merupakan pendekatan strategi pilihan manajemen yang benefit secara global. CSR dapat digunakan sebagai strategi manajemen dalam menghadapi karyawan secara berbeda antar lintas generasi, atau nilai kerja pada kawayawan generasi muda dan generasi millennial (Rank and Contreras, 2021). Pada penelitian (Grosser, 2023) menjelaskan bahwa CSR dapat digunakan untuk meningkatkan peran sehubungan dengan praktik kesetaraan gender serta sebagai proses tata kelola suatu perusahaan dan pembangku kepentingan. CSR juga memberikan gambaran komunitas, strategis perusahaan, konsumen, investor, dan fokus karyawan dalam meningkatkan kinerja dalam upaya mempengaruhi nilai perusahaan di era SDGs (ElAlfy *et al.*, 2020).

Mengenai isu kesetaraan gender Sri Mulyani, Menteri Keuangan Indonesia dalam pidato Seminarsya “Perjalanan Indonesia” yang bertemakan *Partisipasi Wanita dalam Inklusivitas Perekonomian* menjelaskan bahwa setiap negara mempunyai keinginan untuk meraih kekuatan dan pertahanan ekonomi haruslah memastikan adanya kesejajaran antara wanita dan pria untuk ikut berpartisipasi dalam perekonomian. Di Indonesia, perwakilan wanita dalam jajaran kedewan sebanding dengan pada umumnya negara-negara Asia Tenggara sebesar 14.9%. Tapi, untuk jumlah wanita yang menempati kedudukan penting di perusahaan Indonesia terbilang ketertinggalan dibandingkan rata-rata negara ASEAN sebesar 18.4% Sari R. D. et al. (2022).

Dari data statistik BPS, menjelaskan bahwa hasil perhitungan penduduk secara periodik yang dilakukan dari Februari-September 2020 terdapat komposisi usia produktif generasi milenial rentang umur 40 tahun sampai dengan 55 tahun sebanyak 58.65 juta jiwa yang lahir rentang tahun 1981-1996. Dalam hal ini terlihat bahwa penduduk didominasi oleh generasi milenial. Dengan karakteristik yang dimiliki generasi milenial memberikan peluang untuk memimpin suatu perusahaan dengan gaya kepemimpinannya (Cahyono, 2022).

Contoh kasus di Indonesia yang terjadi berkaitan dengan nilai perusahaan. Pasar saham di Indonesia di awal tahun 2023 dinilai kurang menarik perhatian para calon investor asing. Dikutip dari liputan6.com (2023), terdapat 6 saham yang keluar dari LQ45. Menurut *Research Analyst Henan Putihrai Sekuritas* Jono Syafei, menjelaskan bahwa ada kriteria yang dimiliki oleh BEI terhadap saham yang masuk keluar indeks LQ45. Misalnya, saham

HMSP, WIKA, MNCN keluar dari indeks LQ45 dikarenakan adanya sentimen negatif terhadap industri konstruksi, rokok, dan televisi. Kasus kegagalan CSR dan penurunan nilai perusahaan lainnya dikutip dari *cnnindonesia.com* (2019), terdapat kasus dugaan penyelewengan CSR oleh PT. Garuda Indonesia (Persero) Tbk. Dikatakan bahwa Kementerian BUMN mengungkapkan temuan adanya bukti atas penggelapan anggaran untuk Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL) yang dianggarkan pada pelaksanaan CSR. Dugaan ini terbukti dari adanya bukti transfer sebesar 60 juta rupiah kepada Ikatan Awak Kabin Garuda Indonesia (IKAGI). Dari kasus tersebut, PT. Garuda Indonesia (Persero) mengalami penurunan nilai saham secara drastis, sedangkan perusahaan ini terindikasi dalam *level Corporate Governance Perception Indeks (CGPI)*. Dijelaskan bahwa, kondisi ini terjadi karena polemik di struktur perusahaan, dan pendapat bahwa pembukuan laporan keuangan 2018 oleh manajemen pembukuan tidak sependapat dengan komisaris lainnya (Karina, Desita Riyanta Mitra, 2020).

Berdasarkan penjelasan diatas, terdapat alasan peneliti ingin fokus memilih ketiga variabel tersebut untuk diteliti dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Kasus dan fenomena diatas juga menambah daya tarik peneliti untuk membuktikan pengaruh ketiga aspek non-keuangan tersebut terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini mengacu pada penelitian oleh (Jiraporn, 2017), (Ooi, Hooy and Choi, 2022), dan Sjahputra dan Sujarwo (2022). Maka, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *gender diversity*, *millennial leadership*, dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian oleh (Ooi, Hooy and Choi, 2022) ialah, (1) Penelitian ini menambahkan variabel *millennial leadership* sebagai aspek non-keuangan untuk menguji pengaruh terhadap nilai perusahaan. (2) Penelitian ini menggunakan data perusahaan LQ45 yang terdaftar di BEI tahun 2018 sampai 2021 dikarenakan perusahaan LQ45 merupakan perusahaan dengan tingkat likuiditas yang tinggi. (3) Penelitian ini menggunakan *GRI Standard* dengan pendekatan *Triple Bottom Line* aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial untuk analisis konten CSR dengan variabel *dummy*. (4) Penelitian ini menggunakan variabel kontrol antara lain, ukuran perusahaan, *leverage*, likuiditas, arus kas, dan pertumbuhan perusahaan karena termasuk indikator yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan memberikan hasil yang berbeda dan tidak konsisten. Kasus dan fenomena diatas menambah daya tarik peneliti untuk membuktikan pengaruh ketiga aspek non-keuangan tersebut terhadap nilai perusahaan. Maka, peneliti tertarik untuk mempelajari pengaruh keberagaman gender, kepemimpinan milenial, dan CSR dengan nilai perusahaan. Penelitian dilakukan terhadap perusahaan Indeks LQ45 yang tercatat di BEI. Hal ini dikarenakan perusahaan LQ45 adalah perusahaan dengan tingkat likuid yang tinggi, BEI selalu memantau saham tersebut dalam periode semesteran dan kuartalan, serta dipercaya mempunyai tata kelola perusahaan baik dalam keberagaman dewan untuk melindungi kepentingan *stakeholder* (Aprilia & Temy Setiawan, 2022).

Tujuan penelitian ini untuk menguji pengaruh keberagaman gender, kepemimpinan milenial dan tanggung jawab sosial terhadap nilai perusahaan dalam perusahaan Indeks LQ45. Berdasarkan perbedaan hasil dari penelitian yang dilakukan sebelumnya didukung dengan fenomena yang ada. Oleh karena itu, berharap hasil penelitian ini dapat berkontribusi pada penelitian empiris untuk pengembangan, perbandingan, dan menyempurnakan penelitian sebelumnya.

REVIU LITERATUR DAN HIPOTESIS

Teori Stakeholder

Stakeholder theory menurut Freeman (1984) dikutip dari Noor, (2023), ialah suatu perusahaan memiliki asosiasi atas saham yang dimiliki di perusahaan dan pemangku kepentingan yang mungkin akan berpengaruh pada perusahaan atau dipengaruhi oleh tindakan suatu perusahaan. Dengan kata lain, pemangku kepentingan adalah sekelompok orang atau pemangku yang mempunyai kepentingan bagi perusahaan yang nantinya akan memberikan pengaruh dan menerima pengaruh dari aktivitas perusahaan secara menyeluruh (Astuti al., 2022). (Sebrina *et al.*, 2023) teori pemangku kepentingan diasumsikan bahwa perusahaan harus bisa dikelola demi kepentingan seluruh *stakeholder*, selain aspek keuangan juga dapat mempertimbangkan aspek dimensi sosial dan lingkungan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan oleh Astuti (2022) merupakan *value* yang menggambarkan *book value* dan saham suatu perusahaan yang dilihat dari segi pasar maupun nilai buku total kewajiban. Nilai perusahaan adalah nilai yang paling menguntungkan pemangku kepentingan seiring dengan meningkatnya nilai saham. Antara harga saham dan nilai perusahaan berbanding lurus (Saputra and Mulia, 2018). Ketika nilai saham meningkat, nilai perusahaan juga meningkat. Selain itu, Bidhari (2013) mendefinisikan nilai suatu perusahaan, yaitu nilai pasar yang menyerahkan kekayaan terbesar jika harga saham naik dalam jangka panjang kepada pemegang saham. Dengan cara ini, nilai perusahaan dapat membawa sejumlah kekayaan bagi pertumbuhan ekonomi dan bisnis (Afifah, 2017). Dari sudut pandang investor, Luh Gde Krisna Dewi (2016) menjelaskan *value* dari korporasi ialah nilai yang akan dibayarkan investor jika menjual saham korporasi (Pristianingrum, 2017). Menurut Nagari *et al.* (2019), nilai perusahaan yang dilihat dari perspektif investor adalah suatu bentuk pencapaian atau keberhasilan suatu perusahaan jika dikaitkan dengan peningkatan harga saham.

Berdasarkan teori pemangku kepentingan, baik faktor finansial maupun non finansial memegang peranan penting terhadap nilai perusahaan karena dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan dan menghasilkan kinerja yang memberikan dampak terhadap nilai perusahaan. Faktor keuangan yang memberikan dampak nilai suatu perusahaan dapat berasal dari nilai pasar sahamnya, nilai kewajibannya, dan nilai total asetnya. Sedangkan nilai perusahaan itu dipengaruhi oleh faktor non finansial yang dapat dilihat melalui keberagaman gender, kepemimpinan milenial, aktivitas CSR, dan lain-lain (Ramdhanita, 2018).

Gender Diversity

Keberagaman gender mengacu pada perbedaan gender berdasarkan perbedaan budaya, kepribadian, sifat, kedudukan, serta status dari laki-laki dan perempuan dalam lingkungan masyarakat. (Sari R. D. & *et al.*, 2022). Berdasarkan Peraturan Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2001, kesetaraan gender berarti bahwa laki-laki dan perempuan mempunyai hak serta kesempatan untuk ikut serta berpartisipasi dan mampu berperan dalam berbagai kegiatan ekonomi, politik, budaya, keamanan, pertahanan dan sosial, serta kondisi setara yang dapat dinikmati di sana hasil pembangunan. Menurut (Rahmah, 2016) diversitas gender merupakan suatu bagian dari keberagaman dewan dalam perusahaan yang menjadi isu khusus dan sering diteliti. Ramdhanita *et al.* (2020) menjelaskan bahwa, keberagaman wanita dalam tingkatan manajemen top tidak banyak jika dibandingkan pria. Hal ini dikarenakan adanya asumsi bahwa kemampuan dan potensi pria lebih baik daripada wanita. Yogiswari I Dewa Nyoman Badera (2019) menjelaskan bahwa, diversitas gender dimana wanita dalam tingkatan

manajemen top memiliki sifat kehati-hatian dan tingkat teliti yang tinggi sehingga cenderung menganalisa *risk averse* sehingga pengambilan keputusannya bersifat *low risk* (Winata, 2018).

Keberadaan dewan direksi maupun komisaris sangat penting dalam pelaksanaan keputusan untuk mempengaruhi nilai perusahaan. Dalam hal ini, diversitas gender dalam perusahaan akan mempengaruhi pengambilan keputusan dalam perusahaan. Perbedaan gender akan membawa pengaruh dalam upaya mempengaruhi nilai perusahaan. Dengan adanya keberagaman gender terlihat bahwa adanya perbedaan cara pengambilan keputusan antara pria dan wanita, seperti pria yang cenderung stabil emosinya, memiliki rasa percaya diri yang tinggi, agresivitas, kepastian, berjiwa pemimpin, ulet, objektivitas, dan memiliki rasa tanggung jawab. Sedangkan wanita akan cenderung sangat berhati-hati dan konservatif dalam pengambilan keputusan dan menghindari resiko (Nita, 2016).

Millennial Leadership

Kepemimpinan dalam suatu perusahaan adalah proses dimana seseorang mempengaruhi sekumpulan orang dalam suatu perusahaan, baik melalui keterkaitan, kolaborasi, struktur maupun aturan dan pedoman internal. (Reptiningsih, 2020). Generasi milenial menurut Direktorat Statistik Kependudukan dan Ketenagakerjaan adalah suatu generasi yang memiliki rentang tahun kelahiran dari 1981 sampai 1996 atau rentang usia 27 tahun sampai 43 tahun di tahun 2023 (Aristia, 2022). Generasi ini juga diistilahkan sebagai generasi Y oleh Bencsik & Machova (2016:82) dalam (Simbolon, 2023). Menurut Yoris Sebastian (2016), generasi milenial memiliki keunggulan dengan mobilitas yang tinggi (Simbolon, 2023).

Generasi ini berpeluang besar untuk mampu menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang jangkauannya luas (Simbolon, 2023). Dengan begitu, generasi milenial dengan kelompok usia yang produktif sudah mulai menempati posisi strategis dalam perusahaan (Aristia, 2022). Berdasarkan *stakeholder theory*, *millennial leadership* memiliki potensi untuk berkontribusi dan memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan yang harus diperhatikan perusahaan dari aspek non-keuangan untuk mempengaruhi nilai perusahaan (Rahmi, 2009).

Corporate Social Responsibility

Konsep CSR dipresentasikan terlebih dahulu oleh Howard R. Bowen (1953) dalam Marthin et al. (2017), yaitu CSR merupakan kewajiban perusahaan untuk melaksanakan kebijakan, membentuk keputusan, dan bertindak sesuai nilai-nilai masyarakat. Konsep CSR disederhanakan oleh Jonathan Sofian sebagai kewajiban yang harus dipenuhi dan diperhatikan oleh perusahaan untuk kepentingan *stakeholder* (Marthin & et al., 2017). Menurut Kotler & Nancy (2005), CSR adalah suatu komitmen bagi perusahaan dengan tujuan menaikkan tingkat kemakmuran masyarakat melalui penerapan praktik atas kebijakan bisnis dan pemberian kontribusi berupa sumber daya perusahaan (Marnelly, 2012). Palmer (2012) dalam penelitian Astuti et al. (2022) menjelaskan CSR merupakan bentuk praktik perusahaan dengan menjalankan kegiatan sosial yang sesuai syarat hukum di luar kepentingan perusahaan. Menurut ISO 26000 CSR ialah bentuk tanggung jawab perusahaan secara lingkungan dan sosial diakibatkan oleh keputusan aktivitas operasional yang berdampak terhadap lingkungan serta masyarakat (isoindonesicenter.com). ISO 26000 merupakan standar acuan yang bersifat *voluntary* terkait pemberian tanggung jawab sosial perusahaan mencakup keseluruhan sektor (Rahmi, 2009). Rahmi (2017) juga menjelaskan CSR menurut UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Pasal 74 yang menguatkan CSR menjadikan bentuk keharusan korporasi dalam menjalankan tanggung jawabnya di bidang lingkungan dan sosial.

Dengan dasar normatif yang memberikan dasar utama bagi *stakeholder theory*. *Stakeholder theory* memberikan nilai dan kontribusi sosial serta mempertimbangkan aspek non finansial untuk mempengaruhi nilai perusahaan melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Itu mungkin membantu mengelola hubungan antara perusahaan dan *stakeholder* yang memiliki perbedaan harapan, sehingga perusahaan dibutuhkan eksistensi bisnis dari dukungan para *stakeholder* (Anatan and Si, 2013).

Pengaruh Gender Diversity Terhadap Nilai Perusahaan

Diversitas gender termasuk kedalam faktor non-keuangan yang mampu menjelaskan pengaruhnya dengan nilai suatu perusahaan. Hal ini, perusahaan harus memberikan suatu kesempatan sama antara pria dan wanita untuk menempati posisi penting dalam jajaran dewan. Dikarenakan keberadaan wanita dalam menduduki posisi penting di jajaran dewan lebih sedikit dibandingkan pria (Ramdhanian & et al., 2020). Berdasarkan teori *stakeholder* oleh Noor, Muhammad Awais, & et al. (2020) yang dapat mengartikulasikan pentingnya mempertimbangkan kepentingan dari *stakeholder* dalam hal keberagaman gender sebagai faktor non-finansial yang mampu menjelaskan pengaruhnya dengan nilai suatu perusahaan.

Penelitian dahulu memberikan bukti adanya pengaruh positif keberagaman gender dengan nilai perusahaan. Dengan adanya kehadiran wanita dalam posisi kedewan dapat menunjukkan kinerja baik bagi perusahaan sekaligus peningkatan nilai perusahaan dibandingkan perusahaan yang tidak mempunyai wanita dalam jajaran dewan. Hal ini dikarenakan bahwa direksi wanita memiliki berbagai pertimbangan sehingga mampu memberikan keputusan yang bersifat *low risk* dibandingkan direksi pria yang cenderung *high risk* dalam pengambilan keputusan (Ramdhanian & et al., 2020). Sjahputra & Sujarwo (2022) juga menjelaskan dalam penelitiannya bahwa diversitas gender memiliki pengaruh secara simultan dan cenderung searah dengan nilai perusahaan.

H1: *Gender diversity berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.*

Pengaruh Millennial Leadership Terhadap Nilai Perusahaan

Millennial Leadership merupakan gaya kepemimpinan generasi milenial yang kelompok usia produktifnya lahir antara tahun 1981 hingga 1996 atau antara usia 27 hingga 43 tahun (Aprilia & Temy Setiawan, 2022). Gaya kepemimpinan generasi ini identik dengan ciri khas karakter dan pola pikir yang unik yang mencerminkan ciri khas milenial. Generasi milenial juga dikenal memiliki keunggulan dengan mobilitas yang tinggi (Yoris Sebastian, 2016). Aprilia & Temy Setiawan (2022) menjelaskan generasi milenial termasuk kelompok usia yang produktif yang banyak menempati posisi strategis dalam perusahaan. Dikatakan bahwa generasi ini berpeluang besar untuk mampu menciptakan inovasi-inovasi terbaru yang jangkauannya luas (Simbolon, 2023). Dengan gaya kepemimpinan yang unik tentunya akan membantu melahirkan ide dan inovasi, serta gaya pengambilan keputusan dalam perusahaan terutama dalam mempengaruhi nilai perusahaan. Berdasarkan *stakeholder theory*, *millennial leadership* memiliki potensi untuk berkontribusi dan memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan yang harus diperhatikan untuk mempengaruhi nilai perusahaan (Noor, Muhammad Awais, & et al., 2020) dan Selly et al., 2022).

Sebelumnya terdapat kajian yang menguji pengaruh gaya kepemimpinan milenial pada nilai perusahaan. Penelitian yang dilakukan Aprilia & Temy Setiawan (2022) menjelaskan bahwa kepemimpinan milenial mempunyai pengaruh negatif pada nilai perusahaan. Penelitian tersebut menjelaskan bahwa semakin banyak direksi dari generasi milenial yang menjalankan suatu perusahaan, maka semakin rendah nilai perusahaan tersebut. Dengan *stakeholder theory*, para pemangku kepentingan masih belum yakin dengan kemampuan pimpinan milenial dalam memimpin perusahaan. Dari kesenjangan tersebut, peneliti tertarik menelusuri faktor yang dapat menjelaskan pengaruh negatif *millennial leadership* terhadap

nilai perusahaan berdasarkan usulan dari peneliti sebelumnya.

H2: *Millennial leadership berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.*

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Konsep CSR, penciptaan nilai (*value creation*) termasuk salah satu prinsip utama dalam keberlanjutan bisnis yang sejalan dengan target perusahaan yaitu menciptakan nilai perusahaan untuk seluruh *stakeholder* (Sebrina & et al., 8:2022). Dengan dasar normatif yang memberikan dasar utama bagi *stakeholder theory*. *Stakeholder theory* memberikan kontribusi nilai dan sosial dan menjadikan pertimbangan aspek non-keuangan dalam upaya mempengaruhi nilai perusahaan melalui tanggung jawab sosial perusahaan. Hal tersebut dapat membantu mengelola hubungan antara perusahaan dan *stakeholder* yang memiliki perbedaan harapan, sehingga perusahaan dibutuhkan eksistensi bisnis dari dukungan para *stakeholder* (Noor, Muhammad Awais, & et al., 2020) dan (Sebrina & et al., 5:2022).

Penelitian sebelumnya oleh (Jiraporn et al., 2017; Cho & Albert Tsang, 2020; Noor, Muhammad Awais, & et al., 2020; Karina & Iwan Setiadi, 2020; Ooi et al., 2021) yang menguji pengaruh tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai suatu perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut menjelaskan bahwa CSR yang menunjukkan dampak positif terhadap nilai suatu perusahaan.

H3: *Corporate Social Responsibility berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan.*

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kriteria pengambilan sampel penelitian disajikan pada Tabel 1. Penelitian ini menggunakan data sekunder untuk menguji hubungan setiap variabel dalam penelitian. Data penelitian yang akan diuji ialah tentang pengaruh keberagaman gender, *millennial leadership*, dan CSR dengan nilai suatu perusahaan. Untuk data sekunder ini diambil dari sumber data yang relevan terkait topik pembahasan penelitian, yaitu data keuangan di BEI dengan *link website*: idx.co.id.

Tabel 1
Kriteria Pengambilan Sampel

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan yang termasuk Indeks LQ45	45
2.	Perusahaan yang keluar masuk/tidak tetap/ <i>delisting</i> dari Indeks LQ45 dari Januari 2018- Januari 2021	(15)
3.	Perusahaan yang tidak publish <i>annual report</i> dengan lengkap tahun 2018-2021	(-)
4.	Laporan Keuangan perusahaan tidak diumumkan secara lengkap dan tidak dapat diakses tahun 2018-2021	(-)
5.	Laporan Keuangan dinyatakan dengan mata uang asing (selain Dolar dan Rupiah)	(-)
6.	Tidak terdapat data dan informasi terkait variabel yang diteliti dari perusahaan	(-)
	Perusahaan yang dijadikan sampel	30
	Sampel penelitian (30 x 4 periode penelitian)	120

Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data antara lain, pemeriksaan laporan keuangan yaitu dengan menelusuri dan mengamati *annual report* perusahaan yang lolos pemilihan sampel tahun 2018-2021. Selanjutnya, dilakukan penyalinan data informasi terkait variabel yang digunakan pada penelitian. Untuk CSR menggunakan teknik *content analyze* berdasarkan instrument *Global Reporting Initiative Standart* (GRI Standar).

Definisi Operasional Variabel Penelitian Variabel Dependen

Variabel terikat penelitian ini ialah nilai perusahaan. Nilai perusahaan diukur dengan proksi nilai buku, nilai likuiditas, dan nilai pasar saham dengan menggunakan model *Tobin's Q* dan skala pengukuran rasio oleh (Pristianingrum, 2017), (Saputra, 2018), (Yogiswari & I Dewa Nyoman Badera, 2019), (Nagari & et al., 2019), (Susila & Gine das Prena, 2019), (Ramdhanian & et al., 2020), (Afifah & et al., 2021), (Selly et al., 2022), dan (Aprilia & Temy Setiawan, 2022), yaitu:

$$Tobin's Q = \frac{Nilai\ Pasar\ Ekuitas + Total\ Kewajiban}{Nilai\ Buku\ dari\ Total\ Aktiva}$$

Variabel Independen

Variabel bebas penelitian ini, yaitu:

- 1) *Gender Diversity* dengan proksi jumlah perempuan pada direksi dari total dewan direksi dan skala pengukuran rasio oleh (Alaudin & Moin, 2022), (Sari R. D. & et al., 2022), dan (Aprilia & Temy Setiawan, 2022), yaitu:

$$Gender\ Diversity = \frac{Jumlah\ Dewan\ Direksi\ Wanita}{Jumlah\ Dewan\ Direksi}$$

- 2) *Millennial Leadership* dengan proksi jumlah direksi rentang usia milenial dalam direksi dari total dewan direksi dan skala pengukuran rasio oleh (Selly et al., 2022) dan (Aprilia & Temy Setiawan, 2022), yaitu:

$$Millennial\ Leadership = \frac{Jumlah\ Dewan\ Direksi\ Generasi\ Milenial}{Jumlah\ Dewan\ Direksi}$$

- 3) *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat dilihat dari pengungkapan tanggung jawab sosial dalam *annual report* perusahaan. Untuk mengukur tingkat pengungkapan CSR berdasarkan instrument *Global Reporting Initiative Standart* (GRI Standar) sebagai pengukuran CSR dengan *dummy variable* dan skala pengukuran rasio oleh (Nagari & et al., 2019), (Susila & Gine das Prena, 2019), (Astuti et al., 2022), (Afifah & et al., 2021), dan (Aprilia & Temy Setiawan, 2022), yaitu:

$$CSR_j = \frac{\sum x_{ij}}{N_j}$$

Variable Kontrol

Variabel kontrol merupakan variabel tetap dan konstan yang bisa mengendalikan pengaruh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen agar tidak dipengaruhi faktor luar. Variabel kontrol dalam penelitian ini, adalah:

- 1) Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

$$FSize = Ln(Total Aktiva)$$

- 2) *Leverage*

$$Leverage = \frac{Total Liabilitas}{Total Aktiva}$$

- 3) Likuiditas dan Arus Kas

$$Likuiditas = \frac{Aktiva Lancar}{Utang Lancar}$$

$$Cash Flow = \frac{Laba Bersih + Depresiasi}{Total Aktiva}$$

- 4) Peluang Pertumbuhan (*Growth Opportunity*)

$$Growth = \frac{Total Aset_t - Total Aset_{t-1}}{Total Aset_{t-1}}$$

Metode Analisis Data

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier data panel yang diolah dengan software *Eviews12* dan *Microsoft Excel 2010*. Tujuannya untuk memberikan perkiraan sejauh mana pengaruh antara variabel *gender diversity*, *millennial leadership*, dan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan dengan model persamaan berikut:

$$FV_{it} = \beta_0 + \beta_1 GD - \beta_2 ML + \beta_3 CSR + \beta_4 FSize + \beta_5 Lev + \beta_6 Lq + \beta_7 CF + \beta_8 Growth + e_{it}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Sebelum menganalisis variabel penelitian dengan menggunakan rumus statistik *Eviews 12*, terlebih dahulu diuraikan variabel dalam penelitian ini. Tujuannya adalah untuk memudahkan gambaran variabel yang diteliti. Berikut hasil statistik deskriptif yang dituangkan pada Tabel 2.

Tabel 2
Hasil Statistik Deskriptif

	FV	GD	ML	CSR	FSize	Lev	Lq	CF	Growth
Mean	1.51828	0.15076	0.03270	0.37554	31.8880	0.52153	1.82195	0.30816	0.09438
Median	1.14387	0.12916	0.00000	0.37662	31.8494	0.49818	1.40186	0.30532	0.07378
Max	9.50131	0.60000	0.33333	0.76623	35.4441	1.32313	4.96690	1.07123	1.67605
Min	0.12758	0.00000	0.00000	0.03896	22.5766	0.04578	0.08925	-	-
Std. Dev.	1.20329	0.15206	0.06867	0.15442	2.25430	0.23386	1.13243	0.26911	0.19485
Obs.	120	120	120	120	120	120	120	120	120

(Sumber : Data diolah dengan *Eviews 12* tahun 2023)

Dari Tabel 2, terlihat sebanyak 120 sampel yang diuji dalam kajian ini. Hasil statistik deskriptif yang dilakukan pada nilai suatu perusahaan sebagai variabel dependen menunjukkan *mean* dari nilai perusahaan (FV) yang diukur dengan model *Tobin's Q* senilai 1,518289, standar deviasi senilai 1,203290. Sedangkan untuk nilai maksimum FV senilai 9,501314 dan nilai minimum senilai 0,127588. Selanjutnya, untuk variabel independen terdiri dari *gender diversity*, *millennial leadership*, dan CSR. Hasil dari tes statistik deskriptif *gender diversity* (GD) menunjukkan *mean* senilai 0,150763, standar deviasi senilai 0,152063, nilai maksimum senilai 0,60, dan nilai minimum senilai 0. Untuk *millennial leadership* (ML) menunjukkan *mean* senilai 0,032706, standar deviasi senilai 0,068670, nilai maksimum senilai 0,333333, dan nilai minimum senilai 0. Selanjutnya, untuk tanggung jawab sosial yang diukur dengan persentase indeks pengungkapan CSR dan variabel *dummy* menunjukkan rata-rata senilai 0,375541, standar deviasi senilai 0,154424, nilai maksimum senilai 0,766234, serta nilai minimum senilai 0,038961.

Estimasi Model Data Panel

a. Uji *Chow*

Tabel 3
Hasil Uji *Chow*

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	44.361615	(28,80)	0.0000
Cross-section Chi-Square	325.376416	28	0.0000

(Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 tahun 2023)

Hasil uji *chow* pada Tabel 3, bisa dilihat bahwa besaran probabilitas model senilai 0,000 lebih kecil dari nilai sig. α senilai 0,05. Model yang diterima dari hasil uji *chow* ialah *Fixed Effect Model* (FEM). Untuk memeriksa kembali model pasti yang digunakan dalam penelitian ini, maka dilanjutkan dengan uji *Hausman*.

b. Uji *Hausman*

Tabel 4
Hasil Uji *Hausman*

Test Summary	Chi-Sqi. Statistic	Chi-Sqi d.f.	Prob.
Cross-section Random	12.724892	7	0.0791

(Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 tahun 2023)

Hasil uji *chow* pada Tabel 4, bisa dilihat bahwa besaran probabilitas *chi-squares* model ialah 0,0791 lebih besar dari nilai signifikansi α yaitu 0,05. Maka, model yang diterima dari hasil uji *hausman* ialah *Random Effect Model* (REM).

c. Uji Lagrange Multiplier

Tabel 5
Hasil Uji Lagrange Multiplier

	Cross-section	Time	Both
Breusch-Pagan	114.1428 (0.0000)	1.330740 (0.2487)	115.4736 (0.0000)
Honda	10.68377 (0.0000)	-1.153577 (0.8757)	6.738861 (0.0000)
King-Wu	10.68377 (0.0000)	-1.153577 (0.8757)	2.227226 (0.0130)
Standardized Honda	11.88683 (0.0000)	-0.917679 (0.8206)	0.766356 (0.0001)
Standardized King-Wu	11.88683 (0.0000)	-0.917679 (0.8206)	0.016117 (0.4936)
Gourieroux et al.	-	-	114.1428 (0.0000)

(Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 tahun 2023)

Hasil uji lagrange multiplier (LM) pada Tabel 5 dengan menggunakan *eviews* 12 menunjukkan nilai probabilitas *cross-section Breusch-Pagan* sebesar $0,000 < \text{nilai signifikansi } \alpha \text{ yaitu } 0,05$. Maka, model estimasi yang lebih tepat untuk model regresi data panel ialah *Random Effects Model (REM)*.

Hasil Uji Regresi Data Panel

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Data Panel

Persamaan Regresi

$$FV = \alpha + \beta_1 GD + \beta_2 ML + \beta_3 CSR + \beta_4 FSize + \beta_5 Lev + \beta_6 Lq + \beta_7 CF + \beta_8 Growth + e$$

	Prediksi	Koefisien	t-stat	Prob
C		0.591148	3.402869	0.0009
GD	+	-0.033182	-1.054591	0.2940
ML	+	0.073839	2.285815	0.0242
CSR	+	-0.177536	-2.897891	0.0045
Lev	+	0.454369	5.117543	0.0000
Lq	+	-0.006914	-0.138501	0.8901
CF	+	0.187465	3.420544	0.0009
Growth	+	-0.021354	-1.505759	0.1350
Adjusted R-Squared			0.238628	
F-Statistic			6.149025	
Prob (F-stat)			0.000005	

(Sumber: Data diolah dengan Eviews 12 tahun 2023)

Dari Tabel 5, persamaan regresi data panel sebagai berikut:

$$Y = 0.591 - 0.033 (GD) + 0.074 (ML) - 0.178 (CSR) + 0.454 (Lev) - 0.007 (Lq) + 0.187 (CF) - 0.021 (Growth) + e$$

Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Hasil regresi panel pada Tabel 6, nilai *Adjusted R²* ialah 0.238628. Artinya, variabel bebas dapat menjelaskan hubungan terhadap variabel terikat dalam model sebesar 23,86 persen dan sisanya 76,14 persen dipengaruhi oleh faktor luar model yang tidak dianalisis dalam penelitian.

Uji F (*Simultan*)

Dari Tabel 6, dari hasil uji regresi panel yang menunjukkan nilai probabilitas (*F-Statistic*) 0,000 lebih kecil dari signifikansi *value*. Oleh sebab itu, variabel independen dalam model persamaan penelitian ini memberikan pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen secara bersamaan. Atas dasar hasil regresi dari model menyimpulkan bahwa hipotesis keempat diterima, karena hipotesis keempat berbunyi, “Pengaruh *Gender Diversity*, *Millennial Leadership*, dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan”.

Uji t-Test (*Hipotesis*)

Dari model regresi panel yang digunakan, dilakukan estimasi pada pengaruh keberagaman gender, kepemimpinan milenial dan tanggung jawab sosial perusahaan pada nilai suatu perusahaan. Pertama, setelah dilakukan estimasi terhadap pengaruh keberagaman gender dari nilai perusahaan berdasarkan Tabel 6 terlihat bahwa, koefisien *gender diversity* bernilai negatif senilai -0.033182 dengan prob. *value* 0.2940 > 0,05. Maka, *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Regresi dari model atas dasar hasil tersebut menyimpulkan bahwa ditolaknya hipotesis pertama, karena hipotesis pertama, “*Gender Diversity* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan”.

Kedua, dilakukan estimasi pengaruh dari kepemimpinan milenial dengan nilai perusahaan berdasarkan Tabel 6 terlihat bahwa, koefisien *millennial leadership* bernilai positif senilai 0.073839 dengan prob. *value* 0.0242 < 0,05. Maka, *millennial leadership* memberikan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Regresi dari model atas dasar hasil tersebut menyimpulkan bahwa diterimanya hipotesis kedua, karena hipotesis kedua, “*Millennial Leadership* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan”.

Ketiga, dilakukan estimasi pengaruh tanggung jawab sosial pada nilai perusahaan berdasarkan Tabel 6 terlihat bahwa, koefisien tanggung jawab sosial bernilai negatif sebesar -0.177536 dengan prob. *value* 0.0045 < 0,05. Maka, tanggung jawab sosial mempunyai pengaruh negatif signifikan pada nilai perusahaan. Regresi dari model atas dasar hasil tersebut menyimpulkan bahwa ditolaknya hipotesis ketiga, karena hipotesis ketiga, “*Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap Nilai Perusahaan”.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Simpulan

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa *gender diversity* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Selanjutnya, *millennial leadership* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Dan *corporate social responsibility* berpengaruh negative terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan sejalan dengan penelitian oleh Alaudin & Moin (2022), Aprilia & Temy Setiawan (2022), dan Limbago & Dedhy Sulistiawan (2019) yang menemukan terkait suatu perusahaan yang dijalankan oleh laki-laki maupun perempuan tidak dapat memberikan bukti kontribusi untuk mempengaruhi nilai perusahaan dan investor cenderung memperhatikan aspek pendidikan, latar belakang, kompetensi, dan pengalaman dewan direksi dalam membangun nilai suatu perusahaan. Selain itu, penelitian oleh Astuti & et al. (2022), Afifah & et al. (2021), dan Nagari & et al. (2019) menyimpulkan CSR bagi suatu perusahaan hanya berfungsi sebagai alat informasi bagi investor untuk meningkatkan

citra perusahaan, perusahaan masih minim atau gagal dalam mengungkapkan CSR, perilaku investor yang cenderung berorientasi pada keuntungan dan tingkat *return* yang diharapkan sehingga investasi dalam CSR dijadikan biaya dan tidak mempengaruhi pada nilai perusahaan. Hal tersebut memperlihatkan tentang perusahaan cenderung memperhatikan aspek finansial sehingga CSR tidak memberikan pengaruh pada nilai suatu perusahaan.

Implikasi dalam kajian ini memperlihatkan bahwa *gender diversity*, *millennial leadership*, dan tanggung jawab sosial tidak terbukti memberikan *influence* pada nilai suatu perusahaan. Secara umum implikasi dalam penelitian ini antara lain: (1) Investor diharapkan mampu melihat potensi yang dimiliki direksi yang dilihat dari gender maupun usia untuk memimpin perusahaan. (2) Perusahaan sebaiknya juga harus lebih memberikan perhatian terhadap segi non-keuangan yang mampu meningkatkan nilai perusahaan. (3) Perusahaan hendaknya lebih menitikberatkan perhatian yang baik dalam tata kelola suatu perusahaan terhadap keberadaan gender dalam dewan direksi. (4) Perusahaan sebaiknya lebih memperhatikan informasi terkait CSR dalam laporan keuangan dan konten bermanfaat bagi pemangku kepentingan. (5) Investor hendaknya menganggap CSR sebagai investasi yang memberikan manfaat secara bertahap bagi peningkatan nilai perusahaan dalam jangka panjang, dan bukannya biaya.

Keterbatasan

Keterbatasan pada penelitian ini, antara lain: (1) Penelitian ini memiliki keterbatasan pada kurangnya periode waktu untuk menggali terkait tiga variable karena penelitian dilakukan dari tahun 2018-2021. (2) Penelitian ini hanya meneliti tiga variabel dalam perusahaan yang tercatat Indeks LQ45 tahun 2018-2021.

Saran

Saran yang dapat disampaikan peneliti dari kajian ini yang sudah dijabarkan sebelumnya, adalah: (1) Bagi penelitian yang akan datang, dapat menerapkan sampel perusahaan yang lebih luas serta periode tahun pengamatan lebih panjang lagi agar informasi yang didapatkan lebih akurat dan detail. (2) Bagi peneliti bisa menambahkan variabel lain yang dapat menjelaskan dan mempengaruhi terhadap nilai perusahaan. (3) Nilai perusahaan dalam penelitian ini bisa diukur dengan *Tobin's Q* dan pengukuran *Price Book Value* (PBV) atau *Price Earning Ratio* (PER) untuk penelitian selanjutnya. (4) Untuk penelitian selanjutnya dalam melihat *influence* keberagaman gender dalam nilai suatu perusahaan dapat didukung pada faktor pendukung lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N. (2017) 'PENGARUH Corporate Social Responsibility (CSR) Dan Reputasi Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Nur Afifah', (32), pp. 346–364. Available at: <https://doi.org/10.24034/j25485024.y2021.v5.i3.4644>.
- Akim, I. (2017) 'Implementasi Prinsip Corporate Social Responsibility (Csr) Berdasarkan Undang-Undang', 1(1), pp. 111–132.
- Anatan, L. and Si, M. (2013) 'Corporate Social Responsibility (CSR): Tinjauan Teoritis dan Praktik di Indonesia Oleh ', pp. 1–11.
- Aristia Aprilia, T.S. (2022) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility , Millennial Leadership , Gender Diversity terhadap Nilai Perusahaan', 6, pp. 3261–3269.
- Astuti, P., Chomsatu, Y. and Astungkara, A. (2022) 'Corporate Social Responbility , Corporate Governance , dan Corporate Risk Disclosure terhadap Nilai Perusahaan', 5(1), pp. 11–19.
- Cahyono, E.T. (2022) 'Kepemimpinan Efektif Bagi Generasi Milenial', 7(2).

- ElAlfy, A. *et al.* (2020) 'Scoping the evolution of corporate social responsibility (CSR) research in the sustainable development goals (SDGS) era', *Sustainability (Switzerland)*, 12(14). Available at: <https://doi.org/10.3390/su12145544>.
- Fauziah, F.E. (2018) 'Diversitas Gender Dan Nilai Perusahaan Dengan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening', 33(2), pp. 187–204.
- Grosser, K. (2023) 'Corporate Social Responsibility and Multi- - Stakeholder Governance : Pluralism , Feminist Perspectives and Women ' s NGOs', pp. 197–198.
- Harrison, A.E. (2017) 'Exploring Millennial Leadership Development: An Evidence Assessment of Information Communication Technology and Reverse Mentoring Competencies', *Case Studies in Business and Management*, 4(1), p. 25. Available at: <https://doi.org/10.5296/csbn.v4i1.10615>.
- Ichlasul Rakha Alaudin, A.M. (2023) 'Analisis Pengaruh Mekanisme Corporate Governance dan Board Diversity terhadap Nilai Perusahaan yang Listed dalam Indeks LQ45', 02(01), pp. 178–189.
- Ihyanuddin (2021) 'Pengaruh Board Diversity Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2018) The Influence Of Board Diversity On Company Value (Study On Manufacturing Companies Listed On Indonesia Stock E', 1(3), pp. 219–227.
- Islam, R., Rasul, T. and Ullah, G.M.W. (2012) 'Analysis of the Factors that Affect Job Satisfaction: A Case Study on Private Companies Employees of Bangladesh', *European Journal of Business and Management*, 4(4), pp. 35–47.
- Jifia, C. (2020) 'Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Terbuka Sektor Manufaktur Periode 2016 - 2020', (2016), pp. 620–638.
- Jiraporn, P. (2017) 'Estimating the Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) on Firm Value Using Geographic Identification', pp. 1–52.
- Karima, S., Uusiautti, S. and Määttä, K. (2022) 'Defining the core of successful millennial leadership', *European Journal of Workplace Innovation*, 7(1), pp. 109–131. Available at: <https://doi.org/10.46364/ejwi.v7i1.917>.
- Karina, Desita Riyanta Mitra, I.S. (2020) 'Pemoderasi CSR Influence On Corporate Value With GCG As Moderators Desita Riyanta Mitra Karina¹ , Iwan Setiadi ²', 6(1), pp. 37–49.
- Kesumastuti, M.A.R.M. (2021) 'The Effect of CSR Disclosure on Firm Value with Firm Age and Firm Size as Moderating Variables', 31(7), pp. 1854–1866. Available at: <https://doi.org/10.24843/EJA.2021.v31.i07.p19>.
- Luh Gde Krisna Dewi, A.A.D. (2016) 'Pengaruh Diversitas Dewan Komisaris Dan Direksi Pada Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Sektor Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009-2013', 16, pp. 812–836.
- Maghfirah, A. *et al.* (2023) 'Pengaruh Diversitas Gender dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Pemoderasi Modal Intelektual', 8(1), pp. 133–147.
- Marnelly, T.R. (2012) 'Tinjauan Teori dan Praktek di Indonesia', pp. 49–59.
- Nita, R.A. (2016) 'Pengaruh diversitas dewan direksi terhadap nilai perusahaan', pp. 188–198. Available at: <https://doi.org/10.24034/jiaku.v1i2.5369>.
- Noor, S. (2023) 'CSR permanency , family ownership , and firm value : Evidence from emerging economies', (April 2020). Available at: <https://doi.org/10.1002/csr.1953>.
- Ooi, C., Hooy, C. and Choi, J. (2022) 'Corporate Governance Code Revisions , Corporate Social Performance and Firm Value : International Evidence', 59(1001), pp. 1–25.
- Prena, G. Das (2019) 'Pengaruh keputusan pendanaan, kebijakan deviden, profitabilitas dan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan', 6(1), pp. 80–87.

- Primasa Minerva Nagari, Tatas Ridho Nugroho, H.S. (2019) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Dan Dampaknya Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016-2018', 2(September), pp. 90–105.
- Pristianingrum, N. (2017) 'Pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan csr terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia', 2017, pp. 27–28.
- Puji, E. *et al.* (2017) 'Pengaruh Diversitas Dewan Direksi Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2008-2011', 4(2), pp. 159–179.
- Rahmah, V.S.N. (2016) 'Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan'.
- Rahmi, O.E. (2009) 'A.Pendahuluan Pertumbuhan Ekonomi negara dan pergaulan dunia usaha yang semakin pesat, menjadi bagian penting dalam perkembangan hukum di Indonesia, karenanya menurut Satjipto Raharjo', (Iso 26000).
- Ramdhania, D.L. (2018) 'Jurnal Wacana Ekonomi Pengaruh Gender Diversity Dewan Direksi dan CEO terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property , Real Estate dan Pembangunan Di Indonesia', (Idx).
- Rank, S. and Contreras, F. (2021) 'Do Millennials pay attention to Corporate Social Responsibility in comparison to previous generations? Are they motivated to lead in times of transformation? A qualitative review of generations, CSR and work motivation', *International Journal of Corporate Social Responsibility*, 6(1). Available at: <https://doi.org/10.1186/s40991-020-00058-y>.
- Reavis, M., Singh, K. and Tucci, J. (2021) 'Millennials' Strategic Decision Making Through the Lens of Corporate Social Responsibility and Financial Management', *Journal of Business Strategies*, 38(2), pp. 125–146. Available at: <https://doi.org/10.54155/jbs.38.2.125-146>.
- Reptiningsih, D.M. (2020) 'Gaya Kepemimpinan Dalam Perspektif Generasi Millennial Dede Mustomi 1* ; Ani Reptiningsih 2 1, 2 Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia', 4(1), pp. 189–199.
- Sabat, K.K. (2021) 'Kepemimpinan Ideal Bagi Generasi Milenial', pp. 160–170.
- Saputra, W.S. and Mulia, U.B. (2018) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility', 10(1), pp. 19–30.
- Sari, P.Y. (2018) 'Pengaruh Kinerja Keuangan Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Bank Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Responsibility (CSR) On Company Value In The Bank Is Listed In Indonesia Stock Exchange Period 2011-', VII(2).
- Sebrina, N. *et al.* (2023) 'Analysis of sustainability reporting quality and corporate social responsibility on companies listed on the Indonesia stock exchange Analysis of sustainability reporting quality and corporate social responsibility on companies listed on the Indonesia stock exchange', *Cogent Business & Management*, 10(1). Available at: <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2157975>.
- Selly, L.J., Setiawan, T. and Harianto, D. (2022) 'Millennial Leadership , Family Ownership , Dan Firm Size Terhadap Firm Value (Pada Perusahaan Terbuka Yang Terdaftar Pada Corporate Governance Perception', 15(1), pp. 35–48.
- Setiyono, W.P. *et al.* (2017) 'Risk Management And Financial Distress In Emerging Market Universitas Muhammadiyah Sidoarjo Sumber : Badan Pusat Statistik', pp. 51–58.
- Sulbahri, R.A. (2021) 'Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan', (2), pp. 215–226.

- Uzliawati, L. *et al.* (2023) 'The power of sustainability, corporate governance, and millennial leadership: Exploring the impact on company reputation', *Uncertain Supply Chain Management*, 11(3), pp. 1275–1288. Available at: <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.3.020>.
- Winata, A.R. (2018) 'Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2016 -2018', pp. 1–20.
- Yumhi, A. (2020) 'Tampilan Kepemimpinan Milenial: Pendekatan Penelitian Kualitatif', 9(3), pp. 187–192.