

**PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY
DISCLOSURE DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN AUDIT COMMITTEE
SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Skripsi

Untuk memenuhi sebagian persyaratan

Mencapai Derajat Sarjana S1

Program Studi Akuntansi



Disusun oleh :

Fina Anggun Khoirunnisa

NIM: 31402000072

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI
SEMARANG**

2024

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE* DAN
UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
AUDIT COMMITTEE SEBAGAI VARIABEL MODERASI


Disusun Oleh :
Fina Anggun Khoirunnisa
Nim : 31402000072

Telah dipertahankan di depan penguji
Pada tanggal 28 Mei 2024

Susunan Dewan Penguji

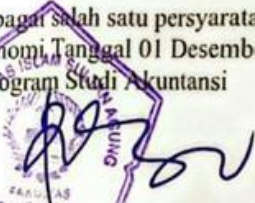
Pembimbing

Penguji 1


Dr. H. Muhammad Jafar Shodiq, SE., S.Si., M.Si., Akt., CA., CSRA., CSRS
NIDN : 0612026802


Ahmad Rudi Yulianto, SE., M.Si., Ak.
NIDN : 0612078902


Dr. Edy Suprianto, SE, M.Si., Akt., CA
NIDN : 0628068202


Provita Wijayanti, SE, M.Si., Ak., CA
NIDN. 0611088001

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi, Tanggal 01 Desember 2023
Ketua Program Studi Akuntansi


Provita Wijayanti, SE, M.Si., Ak., CA
NIDN. 0611088001

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE*
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN
DENGAN *AUDIT COMMITTEE* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Disusun Oleh:

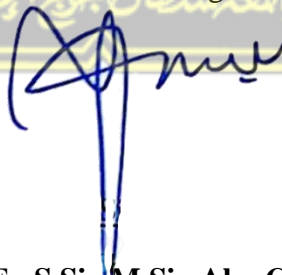
FINA ANGGUN KHOIRUNNISA

NIM. 31402000072

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan ke hadapan
sidang panitia ujian Skripsi
Program Studi Sarjana Akuntansi Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 28 Mei 2024

Pembimbing



Dr.H.M. Ja'far Shodiq, SE., S.Si., M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA., ACPA

NIK. 211498009

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Fina Anggun Khoirunnisa
NIM : 31402000072
Program Studi : S1 Akuntansi
Fakultas : Ekonomi
Universitas : Universitas Islam Sultan Agung

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Audit Committee Sebagai Variabel Moderasi”** merupakan hasil tulisan saya sendiri dan adalah benar keasliannya bukan merupakan hasil plagiasi atau duplikat karya orang lain kecuali pada bagian yang dirujuk pada daftar pustaka. Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut baik sengaja maupun tidak sengaja, saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi dari Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Semarang, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,

A yellow postage stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMBEL' and '4CALX161157075'. The signature is in black ink.

Fina Anggun Khoirunnisa

NIM. 31402000072

ABSTRACT

*This research aims to find out a description of corporate social responsibility, company size, audit committee on company value. Company value is the selling value of a company which reflects the company's prospects in the future. The population in the research is sharia commercial banking companies registered with the Financial Services Authority (OJK) for the 2019-2023 period. Sampling using the purposive sampling method resulted in 60 samples. The data analysis technique used is multiple linear analysis using the SPSS version 25.0 program. The research results show that CSR has a significant positive effect on company value. Company size has a significant positive effect on company value. Corporate Social Responsibility *The Audit Committee has an insignificant negative effect on company value. Company size *Audit Committee has a significant positive effect on company value.*

Keywords: company value, CSR, company size, audit committee.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui deskripsi mengenai *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan, komite audit terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah nilai jual dari suatu perusahaan yang mencerminkan prospek perusahaan tersebut di masa mendatang. Populasi dalam penelitian adalah perusahaan bank umum syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2019-2023. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode purposive sampling menghasilkan 60 sampel. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis linier berganda dengan menggunakan program SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *csr* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* *Komite Audit berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan. *Ukuran perusahaan* *Komite Audit berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: nilai perusahaan, CSR, ukuran perusahaan, komite audit.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Audit Committee* Sebagai Variabel Moderasi”. Sholawat serta salam penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta para sahabatnya yang merupakan suri tauladan bagi umat manusia. Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana strata satu (S1).

Selama proses penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan, doa, bimbingan, dan masukan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Maka dari itu, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Gunarto, SH, SE. Akt, M.Hum selaku rektor Universitas Islam Sultan Agung Semarang
2. Prof. Dr. Heru Sulistyono, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
3. Ibu Provita Wijayanti, SE., Msi., Ak. CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.
4. Bapak Dr. H. Muhammad Ja'far Shodiq, SE., S.Si., M.Si., Ak., CA., CSRS., CSRA., ACPA selaku dosen pembimbing proposal ini yang telah membimbing dan memberi masukan serta arahan dengan baik sehingga penyusunan proposal ini mendapatkan hasil yang maksimal.

5. Seluruh dosen dan staf pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi penulis.
6. Kedua orang tua saya, bapak Fauzan dan ibu Siti Al Inayah. Ketika dunia menutup pintunya pada saya, ayah dan ibu membuka lengannya untuk saya. Ketika orang-orang menutup telinga mereka untuk saya, beliaulah yang membuka hati untuk saya. Terimakasih sudah selalu ada untuk saya dan telah memberikan dukungan berupa doa, materiil serta motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat.
7. Teruntuk adik saya, Ferdian Rizki Ananda terimakasih atas kontribusi dalam hidup kakak, semoga kamu bisa jauh lebih baik dari kakak nantinya.
8. Fredi Avit Budi Hadi Susanto, S.T yang selalu memberikan waktu dan kasih sayangnya, yang selalu menginspirasi saya, yang senantiasa sabar menghadapi mood saya yang sering berantakan, yang selalu mensupport saya untuk menuntaskan kuliah ini. Terimakasih atas dukungan, kebaikan, perhatian, kebijaksanaan, dan waktu yang telah diberikan. Terimakasih telah melengkapi keseharian saya, semoga Allah permudah niat baik kita.
9. Sahabat tercinta (mba putri dan imut), teman-teman seperjuangan (nova dan endah), dan seluruh teman-teman FE angkatan 2020 yang selalu memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Semua pihak yang telah memberika bantuan serta dukungan kepada penulis dalam menyelesaiakn skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman yang dimiliki

oleh penulis baik dari penyajian maupun penggunaan bahasa. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah terlibat. Tak lupa semoga hasil penyusunan penelitian untuk pra skripsi ini dapat bermanfaat dan dapat memberikan dampak yang positif bagi pembaca.



Semarang, 28 Mei 2024

Penulis

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Fina Anggun Khoirunnisa', written over a horizontal line.

Fina Anggun Khoirunnisa

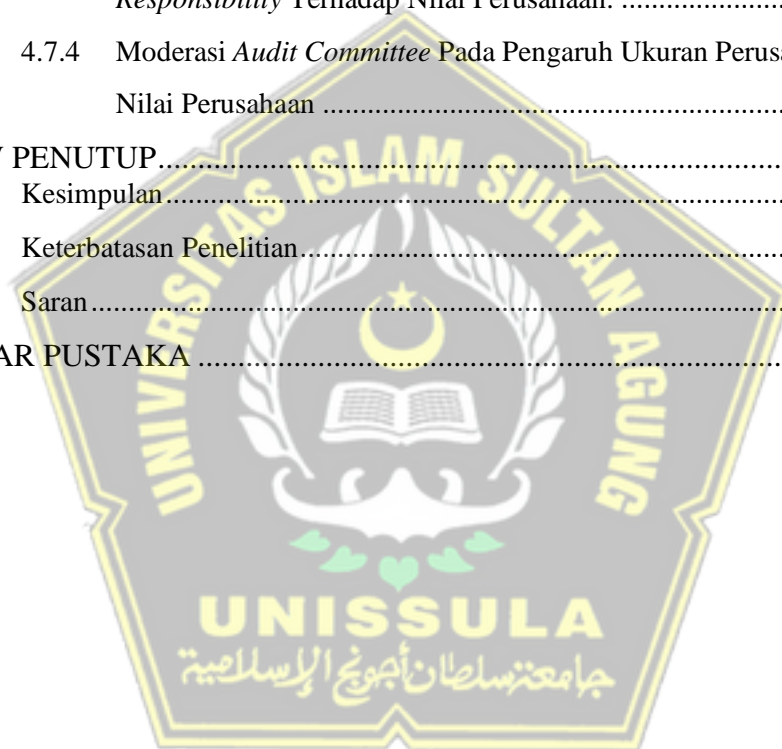
NIM.31402000072

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN UNGGAH KARYA ILMIAH	Error!
Bookmark not defined.	
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4. Tujuan Penelitian	8
1.5. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1 Landasan Teori.....	10
2.1.1. <i>Signalling Theory</i>	10
2.2 Definisi Variabel.....	12
2.2.1 <i>Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)</i>	12
2.2.2 <i>Ukuran Perusahaan (Firm Size)</i>	16
2.2.3 <i>Audit Committee</i>	17
2.2.4 <i>Nilai Perusahaan</i>	20
2.3 Penelitian Terdahulu	22
2.4 Hipotesis	28
2.2.5 <i>Pengaruh CSR Dengan Nilai Perusahaan</i>	28

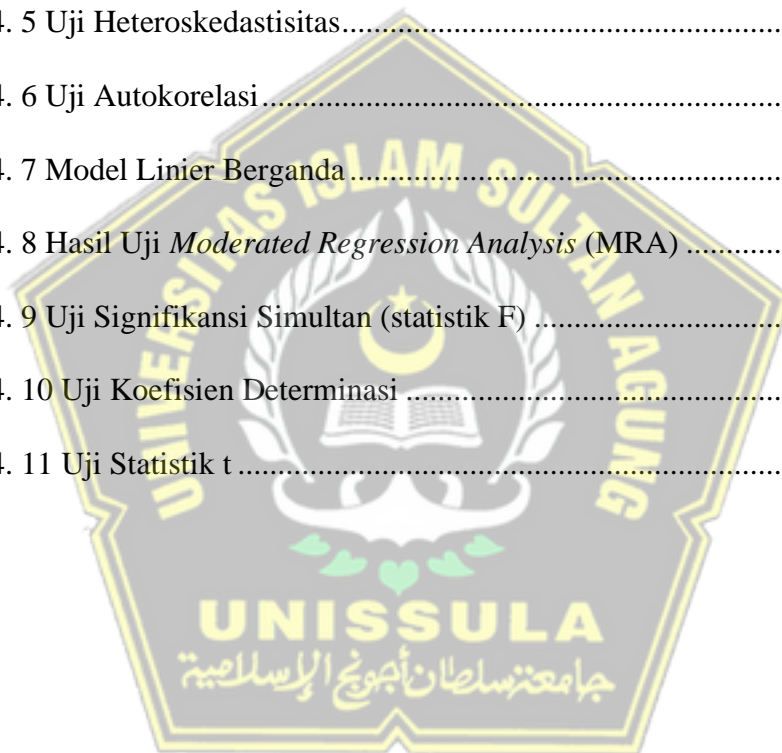
2.2.6	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan	29
2.2.7	Moderasi <i>Audit Committee</i> Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	31
2.2.8	Moderasi <i>Audit Committee</i> Pada Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> Terhadap Nilai Perusahaan	32
2.5	Model Empirik Penelitian	34
BAB III METODE PENELITIAN.....		35
3.1	Jenis Penelitian	35
3.2	Populasi dan Sampel.....	35
3.3	Jenis Data dan Sumber Penelitian	36
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	37
3.5	Variabel dan Indikator	37
3.5.1.	Variabel Dependen.....	37
3.5.2	Variabel Independen	39
3.5.3	Variabel Moderasi.....	42
3.6	Teknik Analisis Data	43
3.6.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	44
3.6.2	Uji Asumsi Klasik.....	45
3.6.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	50
3.6.4	Uji Kelayakan Model	51
3.6.5	Uji Hipotesis	53
3.6.6	<i>Moderated Regression Analysis</i>	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		56
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	56
4.2	Hasil Uji Penelitian	57
4.3	Uji Asumsi Klasik.....	60
4.3.1	Uji Normalitas.....	60
4.3.2	Uji Multikolinearitas	61
4.3.3	Uji Heteroskedastisitas	62
4.3.4	Uji Autokorelasi	63
4.4	Uji Analisis Regresi	63
4.5	Uji Goodness of Fit	68
4.5.1	Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)	68

4.5.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	69
4.6	Pengujian Hipotesis.....	70
4.6.1	Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)	70
4.7	Pembahasan.....	72
4.7.1	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan	72
4.7.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan	73
4.7.3	Moderasi <i>Audit Committee</i> Pada Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan.	75
4.7.4	Moderasi <i>Audit Committee</i> Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan	76
BAB V PENUTUP.....		78
5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	80
5.3	Saran.....	80
DAFTAR PUSTAKA		82



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 4. 1 Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian	57
Tabel 4. 2 Statistik Deskriptif	58
Tabel 4. 3 Uji Normalitas.....	60
Tabel 4. 4 Uji Multikolinieritas.....	61
Tabel 4. 5 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4. 6 Uji Autokorelasi.....	63
Tabel 4. 7 Model Linier Berganda.....	64
Tabel 4. 8 Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	66
Tabel 4. 9 Uji Signifikansi Simultan (statistik F)	68
Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi	69
Tabel 4. 11 Uji Statistik t	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 PER Perbankan Syariah Tahun 2019-2023.....	6
Gambar 2. 1 Metode Empirik Penelitian.....	34



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Mengoptimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama dari perusahaan. Fokus *corporate* dalam jangka panjang adalah pengoptimalan perusahaan dengan meminimumkan biaya modal perusahaan. Pemilik perusahaan bisa dikatakan sejahtera apabila nilai perusahaannya tinggi (Istikharoh & Shodiq, 2020). Aset milik perusahaan bisa tercermin dari nilai perusahaan (Andriani & Subardjo, 2017). Nilai perusahaan terlihat dari harga sahamnya yang berasal dari permintaan dan penawaran investor di bursa saham (Armika & Suryanawa, 2018). Menurut Husnan (2001) dalam Karundeng et al., (2017), naiknya laba di sebuah perusahaan turut membuat naiknya harga saham. Menurut (Andriani & Subardjo, 2017) meningkatnya harga dari saham menggambarkan nilai sebuah perusahaan dimana baik bagi investor dan merupakan hasrat bagi pemilik perusahaan. Sebaliknya, menurunnya harga dari saham membuat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba ikut menurun (Kusuma & Priantinah, 2018). Terbitnya saham dari sebuah perusahaan di pasar modal serta harga dari saham tersebut di bursa efek menjadi salah satu parameter untuk nilai perusahaan. Nilai pasar dari sebuah perusahaan yang dimaksimalkan sama artinya memaksimalkan harga dari pasar saham. Perkembangan bank syariah dari tahun ke tahun pasti akan mendapat perhatian dari para penyandang dana seperti kreditur dan investor.

Sektor perbankan menjadi perhatian karena keuntungan dan dana yang dimilikinya sebenarnya dapat memberikan kontribusi yang besar bagi masyarakat (Shaumya & Arulrajah, 2017). Selain bank konvensional, sektor perbankan juga diramaikan oleh bank syariah, yaitu bank yang melakukan kegiatan usaha sesuai dengan prinsip syariah Islam, tidak termasuk bunga atau riba. Perbankan syariah telah menjadi alternatif yang menarik di era modern dan telah menunjukkan pertumbuhan yang pesat dalam dua dekade terakhir. Hal ini disebabkan karena turunnya kepercayaan masyarakat terhadap perbankan konvensional ketika resesi ekonomi. Terdapat 1 jenis bank syariah yang mampu bertahan selama resesi ekonomi, yakni Bank Muamalat. Hal tersebut lantaran bank ini memiliki sebuah sistem yakni bagi hasil dan tidak dimiliki oleh bank konvensional lainnya (Kusuma & Priantinah, 2018).

Sebagai negara berkembang dengan populasi muslim terbesar, Indonesia merupakan pasar potensial bagi perbankan syariah dan industri lainnya berdasarkan hukum syariah. Berdasarkan nilai-nilai Islami, keadilan sosial, dan akuntabilitas, bank syariah memiliki landasan kuat dalam melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan (Nurhaliza Shifa, 2021). Aset bank syariah akan semakin besar dengan bertambahnya kantor-kantor cabang perusahaan yang memicu terjadinya penambahan nasabah bank karena semakin dikenal masyarakat. Semakin banyak nasabah yang dimiliki oleh perbankan syariah, maka tugas penyaluran kepada masyarakat luas dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya. Imbalan yang didapatkan atas penyaluran dana dalam bentuk bagi hasil atau margin dapat memperbesar aset

perusahaan. Melihat nilai perusahaan yang digambarkan dalam situasi keuangan perusahaan sekarang sudah tidak relevan, investor tertarik terhadap informasi yang lebih rangkap dalam bentuk informasi sosial dan disampaikan melalui *annual report*. Tinggi rendahnya nilai perbankan syariah dapat mendapatkan pengaruh dari *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), Ukuran Perusahaan, serta *Audit Commite* sebagai variabel moderasi.

Corporate Sosial Responsibility (CSR) merupakan bentuk kepedulian dari suatu perusahaan yang berpedoman 3P (*triple bottom lines*), yaitu *profit*, *people*, dan *planet* (Korniasari & Adi, 2021). *Profit*, perusahaan harus memiliki cara untuk menghasilkan keuntungan agar dapat tumbuh dan berkembang demi keberlangsungan bisnisnya. *People*, perusahaan harus memiliki rasa kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat sekitar, seperti memberikan beasiswa bagi siswa yang tinggal disekitar lingkungan perusahaan dan membangun sarana prasarana masyarakat. *Planet*, perusahaan harus dapat menciptakan bisnis yang dapat selaras dengan alam dan keanekaragaman hayati serta meminimalkan dampak negatif bagi lingkungan (Prasetyo & Meiranto, 2017). Selain laba yang besar, *corporate* dikatakan baik apabila peduli pada masyarakat dan lingkungan. Perusahaan semakin sadar bahwa perusahaan yang didirikan bertanggung jawab untuk masyarakat. Sebab perusahaan lebih sering berinteraksi secara langsung menjaga keharmonisan dengan berbagai pihak terkait dan mempertahankan nilai perusahaan tersebut. Sebab saat ini masyarakat lebih pilih memakai produk dari *corporate* yang memerhatikan lingkungan. *Corporate* mempunyai tanggung jawab secara

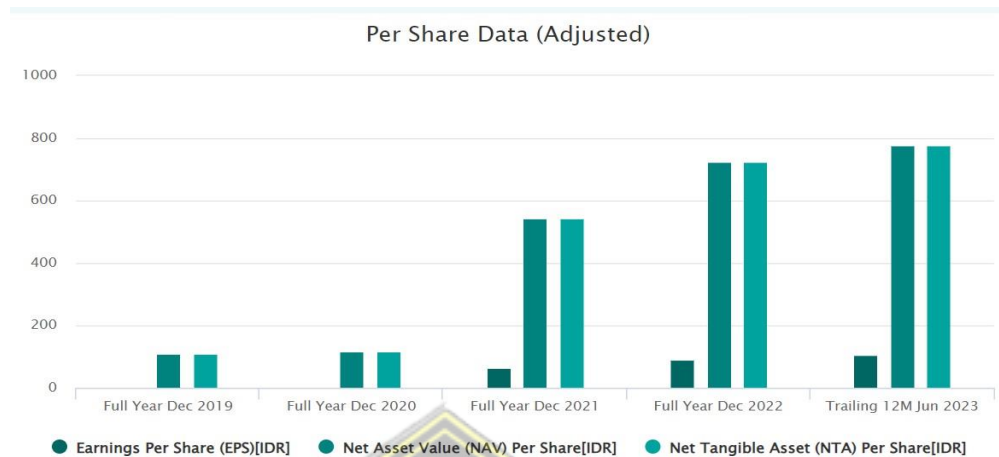
sosial pada lingkungan kemudian pada pelanggan, pekerjanya, pemegang saham, kreditur serta masyarakat (Parengkuan, 2017). Mulanya, CSR didasarkan pada aktivitas yang bersifat “filantropi” yaitu keinginan untuk membantu sesama dan memperjuangkan kesetaraan sosial yang bersumber dari norma dan moral universal dengan cara menghormati tradisi dan budaya di lingkungan sekitar perusahaan. Riset dari Karundeng et al., (2017) menyatakan nilai perusahaan publik di bidang pertambangan sudah terdaftar di BEI tahun 2012 – 2016 tidak mendapat pengaruh dari CSR. Berkebalikan dari Rafika Sari, (2019) menunjukkan nilai perusahaan yang ada di sebuah *corporate* dan sudah terdaftar di BEI memperoleh pengaruh dari CSR secara bersama-sama dan signifikan. Riset dari Nuryana & Bhebhe, (2019) yaitu CSR tidak memberikan pengaruh kepada nilai dari perusahaan. Serta riset Murnita et al., (2018) yaitu CSR mempengaruhi secara positif kepada nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan bisa dilihat dari melihat jumlah keseluruhan aset sebuah perusahaan. Besarnya skala dari sebuah perusahaan membuat perusahaan tersebut lebih mudah memperoleh pendanaan dari luar ataupun dalam. Ukuran perusahaan yang masuk dalam kategori besar juga mudah untuk menarik investor karena investor beranggapan jika perusahaan tersebut stabil (Darmastika et al., 2019). Terdapat beberapa penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan kepada nilai perusahaan seperti Karundeng et al., (2017) mengatakan nilai perusahaan publik bidang pertambangan yang sudah terdaftar di BEI tahun 2012-2016 tidak mendapat pengaruh dari ukuran perusahaan. Lain dengan riset R. Sari & Sayadi, (2020) yakni ukuran atau skala perusahaan

memberikan pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Lalu riset Kusuma & Priantinah, (2018) mendapatkan hasil Ukuran Perusahaan memberikan pengaruh yang negatif pada Nilai Perusahaan (PBV).

Audit Committe mempunyai kontribusi dalam menjaga akuntabilitas perusahaan serta mempunyai tugas pengawasan untuk sistem laporan keuangan serta proses audit internal maupun eksternal guna mencegah adanya asimetri informasi. Jika *Audit Committe* mempunyai anggota yang banyak bisa membuat turunnya independensi komite audit dan memberikan pengaruh pada kualitas pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) serta kualitas laporan keuangan. Harapannya *Audit Committe* bisa memberi peningkatan pada nilai perusahaan. Dalam penelitian ini, *audit committee* akan digunakan sebagai variabel moderat dengan harapan bisa menjelaskan keterkaitan CSR serta ukuran perusahaan kepada nilai perusahaan. Jika skala *corporate* sudah besar membuat *corporate* tersebut mudah memperoleh dana *external* ataupun *internal*. Berbeda dengan penelitian oleh Rafika Sari, (2019) menyatakan bahwa pengaruh dari CSR pada nilai perusahaan bisa diperkuat dengan komite audit perusahaan.

Perbankan Syariah Tahun 2019-2023



Sumber: (Bank Syariah Indonesia, 2023)

Gambar 1. 1 PER Perbankan Syariah Tahun 2019-2023

Fenomena yang terjadi di lapangan terkait *corporate social responsibility disclosure* serta ukuran atau skala perusahaan kepada nilai perusahaan masih terjadi ketidakstabilan nilai perusahaan yang naik turun pada perbankan syariah 5 tahun terakhir (periode 2019 - 2023) sebagaimana grafik 1.1 selalu mengalami pasang surut, sehingga menarik untuk diteliti faktor apa saja yang menyebabkan naik turunnya nilai perusahaan tersebut. Maka berdasarkan fenomena gap tersebut sangat menarik untuk membahas tentang hubungan *corporate social responsibility disclosure* serta ukuran atau skala perusahaan kepada nilai perusahaan dan ditambahkan *audit committee* sebagai variabel moderating.

1.2. Rumusan Masalah

Perumusan masalah riset ini yakni perbankan umum syariah yang sudah terdaftar OJK pada tahun 2019-2023. Nilai perusahaan sering kali menjadi

tolak ukur bagi banyak investor karena nilai perusahaan ini merepresentasikan harga saham. Selain itu, nilai perusahaan ini juga sekaligus menggambarkan kondisi finansial dan kinerja dari suatu perusahaan sehingga apabila suatu perusahaan memiliki kondisi keuangan dan kinerja yang baik maka akan semakin diminati oleh investor (Rokhayati dkk., 2021). Oleh karena itu, nilai perusahaan ini perlu dianalisis lebih jauh faktor-faktornya karena dapat mempengaruhi keputusan investasi oleh para investor.

Permasalahan yang kerap kali dihadapi yakni naik turunnya nilai perusahaan, padahal terus meningkatkan nilai perusahaan sangat penting untuk memperoleh tujuan perusahaan (Jannata dan Pertiwi, 2022).

1.3. Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini memiliki fokus utama dalam ruang lingkup tanggung jawab perusahaan terutama penerapan kiat-kiat investasi yang didasarkan pada pengukuran dari nilai perusahaan. Salah satu perusahaan yang ramai diperbincangkan di masyarakat dan diminati oleh masyarakat adalah perusahaan pada sektor perbankan syariah yang saat ini mengalami kenaikan dan penurunan. Dengan demikian, perlu dirumuskan sesuatu masalah yang dapat menjawab problematika investor dalam menganalisis nilai perusahaan sehingga dapat dipergunakan sebagai alat referensi investasi saham di OJK.

Pertanyaan riset ini diantaranya :

1. Bagaimana pengaruh dari *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai perusahaan?

2. Bagaimana pengaruh dari ukuran atau skala perusahaan terhadap nilai perusahaan?
3. Bagaimana peran *Audit Committee* dalam memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* terhadap nilai dari perusahaan?
4. Bagaimana peran *Audit Committee* dalam memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai dari perusahaan?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan riset ini yakni:

1. Tujuan umum guna menemukan hal terbaru dari khazanah akuntansi keuangan perusahaan dalam nilai perusahaan.
2. Tujuan khusus guna menguji serta melakukan analisis pada:
 - a. Pengaruh dari *corporate social responsibility disclosure* pada nilai perusahaan.
 - b. Pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
 - c. Peran *audit committee* dalam memoderasi pengaruh *corporate social responsibility disclosure* pada nilai perusahaan.
 - d. Peran *audit committee* menjadi moderat pada pengaruh ukuran atau skala perusahaan pada nilai perusahaan.

1.5. Manfaat Penelitian

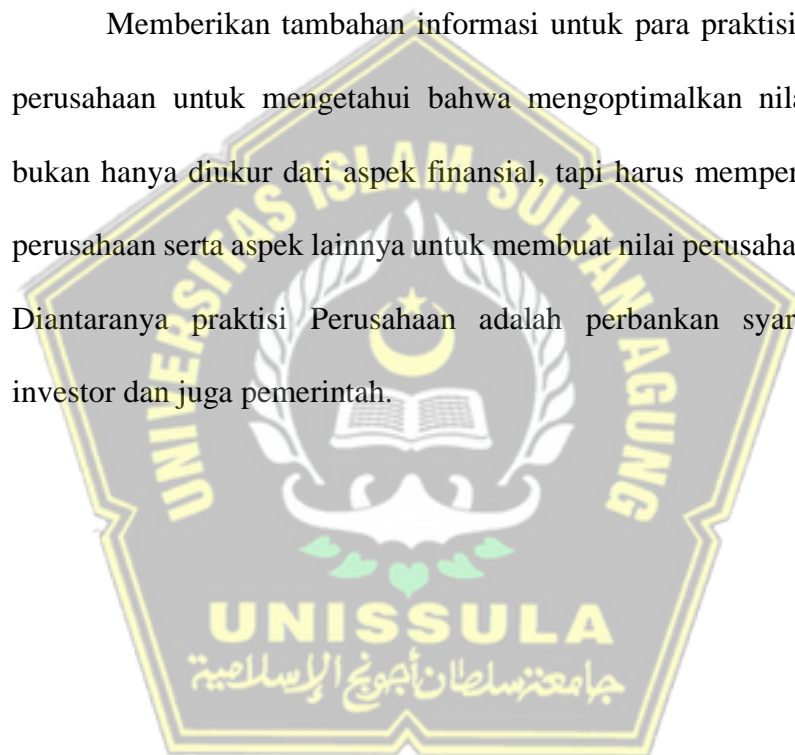
Manfaat yang diharapkan baik untuk digunakan pada penelitian selanjutnya. Adapun manfaat yang diharapkan dari riset ini yaitu:

1. Manfaat Teoritis

Memberikan informasi serta penjelasan terkait pengaruh dari *Corporate Social Responsibility* (CSR) serta ukuran perusahaan pada nilai perusahaan memakai *audit committee* sebagai variabel moderating. Riset diharapkan bisa jadi literature riset mendatang.

2. Manfaat Praktis

Memberikan tambahan informasi untuk para praktisi serta pemilik perusahaan untuk mengetahui bahwa mengoptimalkan nilai perusahaan bukan hanya diukur dari aspek finansial, tapi harus memperhatikan sosial perusahaan serta aspek lainnya untuk membuat nilai perusahaan meningkat. Diantaranya praktisi Perusahaan adalah perbankan syariah, nasabah, investor dan juga pemerintah.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1. *Signalling Theory*

Signalling Theory (Teori Sinyal) ditemukan Michael Spence pada tahun 1973. Spence (1973) menyatakan pihak yang mempunyai informasi akan memberi sebuah sinyal yang bisa ditangkap oleh penerima informasi yang selanjutnya penerima tersebut akan melakukan suatu tindakan menyesuaikan dengan pemahamannya pada informasi yang diperoleh. Sinyal ialah kegiatan yang berasal dari perusahaan ditujukan pada para investor terkait cara pandangannya terhadap pengelolaan perusahaan (Pristina & Khairunnisa, 2019). Sinyal dapat berbentuk data, informasi, dan pengeluaran modal. Data dan informasi dapat menjelaskan jika perusahaan yang lainnya tidak cukup baik dibandingkan dengan perusahaan itu. Pengeluaran modal memberikan gambaran terkait pertumbuhan perusahaan yang bisa memberi peningkatan harga dari saham yang jadi bagian parameter nilai perusahaan. Menurut Yusma & Holiawati, (2019) sinyal terbentuk karena adanya informasi yang asimetris. Perusahaan akan memberikan informasi terpercaya dan relevan untuk memberikan sinyal kepada penanam modal (investor) sehingga dapat mengurangi asimetris informasi.

Data atau informasi tersebut sangat penting bagi investor sebab memberikan catatan dan ilustrasi terkait kondisi baik buruknya perusahaan

di masa depan maupun di masa sekarang. Selain itu, sinyal juga dapat meningkatkan nilai perusahaan dengan cara memberikan sinyal dalam bentuk informasi keuangan yang relevan kepada pihak eksternal perusahaan sehingga dapat mengurangi informasi asimetri terkait kondisi perusahaan di masa depan. Apabila pihak manajemen tidak mengungkapkan seluruh informasi yang diperoleh, hal itu membuat turunya harga saham akibatnya nilai perusahaan pun turun (Natalia et al., 2019). Informasi yang diberikan oleh manajemen merupakan sinyal bagi investor guna dan memberikan informasi terkait laba dalam laporan keuangan perusahaan.

Menurut Morris dalam Natalia et al., (2019) pasar bisa memberi respon pada informasi yang dianggap sebagai sinyal. Perusahaan wajib mengungkapkan informasi keuangan dan non keuangan yang dimiliki termasuk informasi terkait *Corporate Social Responsibility* untuk mengurangi informasi asimetri yang diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan. Informasi tersebut tidak langsung diterima oleh investor. Investor akan menganalisa baik buruknya sinyal tersebut. Ketika sinyal yang diterima merupakan sinyal baik, investor akan memulai berinvestasi, sehingga pasar akan merespon. Dengan demikian, teori sinyal memberi gambaran jika perusahaan akan memberi informasi terkait laporan finansialnya ke pihak luar serta menekankan perusahaan wajib menyajikan informasi atas laporan keuangan secara lengkap guna mendapatkan reputasi yang lebih baik untuk menarik para investor.

2.2 Definisi Variabel

2.2.1 *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Corporate Social Responsibility Disclosure sering disebut *social disclosure*, *corporate social reporting*, atau *social accounting* Masruroh et al., (2021) merupakan sebuah skema dan elemen terpenting dalam keterkaitan *corporate* dan masyarakat serta pemilik kepentingan (Abidin & Lestari, 2019). CSR bertujuan sebagai pertanggung jawaban yang sudah dilaksanakan perusahaan dalam jangka waktu tertentu (Prasetyo & Meiranto, 2017). Menurut *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* menyatakan bahwa CSR merupakan suatu pertanggung jawaban perusahaan untuk bertindak secara benar dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi perusahaan melalui peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya. CSR ini bersifat *mandatory disclosure* dan *voluntary disclosure* (Tista & Putri, 2018).

Dapat disimpulkan CSR merupakan tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan serta kepedulian sosial dan juga komitmen terhadap lingkungan yang dilaksanakan dengan tidak lengah pada kecakapan *corporate*. Dalam pelaksanaannya wajib memperhatikan dan menghargai tradisi budaya dan adat istiadat masyarakat setempat.

Corporate Social Responsibility (CSR) muncul karena terdapat pergeseran antara perusahaan dengan masyarakat yang mendesak perusahaan untuk bersikap baik dan memberikan kontribusi kepada pembangunan ekonomi secara berkelanjutan. Selain itu, CSR juga dapat meningkatkan

image perusahaan sehingga dapat menimbulkan penilaian positif bagi pemangku kepentingan (Lastanti & Salim, 2019). Manfaat yang dapat diberikan CSR dapat diketahui dalam laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan, sehingga perusahaan perlu mengetahui tahapan dalam mengukur dan pembuatan laporan pertanggungjawaban sosial perusahaan agar memperoleh manfaat tersebut. CSR mengkaji bagaimana perusahaan perlu bertanggung jawab kepada masyarakat, negara, dan seluruh pemangku kepentingan di lingkungan aktivitas bisnisnya (Danilwan et al., 2020). Aktivitas bisnis perusahaan merupakan ancaman bagi masyarakat (Adamolekun & Olatunji, 2021). Sebab aktivitas perusahaan dapat menyebabkan pencemaran lingkungan. Ancaman ini terjadi karena aktivitas perusahaan yang lebih besar dibandingkan tanggung jawab sosial perusahaan. Seluruh perusahaan diwajibkan memiliki kebijakan mengenai CSR, sebab CSR dapat mengurangi dampak yang timbul dari aktivitas bisnis perusahaan baik secara sosial maupun ekonomi (Abdurachman & Gustiyana, 2019).

Bentuk pelaporan pertanggungjawaban sosial perusahaan dapat dilihat di dalam *sustainability report* (Aulia Triana Zuhrotun, 2018). *Sustainability report* merupakan bentuk pelaporan perusahaan untuk mengungkapkan, menilai, dan cara perusahaan untuk menjadikan perusahaannya memiliki hubungan bagi para pemangku kepentingan guna mendukung pembangunan berkelanjutan. Menurut Supriyadi et al., (2019) dalam Anita & Anggreni, (2021) *sustainability report* merupakan laporan keberlanjutan perusahaan yang diterbitkan selain laporan keuangan dan laporan tahunan sebagai bukti

tanggung jawab perusahaan kepada pemangku kepentingan mengenai kemampuan perusahaan secara berkala.

Corporate Social Responsibility (CSR) didukung penuh oleh laporan rinci tentang aktivitas operasionalnya setiap tahun secara global. Di setiap entitas perusahaan, hubungan antar perusahaan, dukungan organisasi dan keterlibatan karyawan merupakan katalisator keberlanjutan CSR. CSR memfasilitasi kerjasama antara organisasi perusahaan dan komunitas lokal di mana perusahaan tersebut beroperasi (Olabode & Chidozie, 2022). Perusahaan merupakan bagian yang tak dapat dipisahkan dari masyarakat. Oleh sebab itu, setiap organisasi perusahaan dianggap sebagai perusahaan sosial karena keberadaannya dapat dipertanggungjawabkan atas dasar melayani publik memberikan layanan sosial (Saragih et al., 2020).

Perusahaan *go public* diwajibkan untuk membuat *sustainability report*, selaras Pasal 66 ayat 2 UU No. 40 Tahun 2007 terkait Perseroan Terbatas yaitu suatu badan hukum memakai persekutuan modal, pendiriannya melalui sebuah perjanjian, melaksanakan aktivitas yang modalnya terbagi jadi saham serta sesuai aturan yang berlaku. Melalui *sustainability report* perusahaan diharapkan dapat mengalami pertumbuhan berkelanjutan sesuai etika bisnis. *Sustainability report* dibuat dengan cara terpisah di dalam laporan keuangan. Terdapat beberapa alasan perusahaan membuat *sustainability report* secara terpisah dalam *annual report* yaitu *sustainability report* merupakan alat komunikasi bagi pihak manajemen dan pemangku kepentingan yang digunakan untuk memberitahukan bahwa perusahaan telah melaksanakan

sustainable development, perusahaan mendapatkan *image* positif dari pemangku kepentingan dan pencarian legitimasi dari stakeholder.

Konsep pelaporan *corporate social responsibility* tertuang dalam *Global Reporting Initiative*. GRI merupakan organisasi independen yang menyediakan kerangka kerja untuk *sustainability report* yang digunakan oleh banyak organisasi di seluruh belahan dunia. Pada *GRI Guidelines*, *corporate* wajib memberikan penjelasan terkait efek yang timbul dari kegiatan operasional perusahaan terhadap sosial, ekonomi, dan lingkungan di bagian *standard disclosure*. Adapun indikator pengungkapan yaitu ekonomi, lingkungan, HAM, praktik tenaga kerja dan kenyamanan bekerja, masyarakat, dan tanggung jawab produk. Indikator tersebut diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index (CSRDI)*. CSR memiliki 3 aspek, diantaranya:

a. Aspek Sosial

Perusahaan memiliki tanggung jawab pada akibat secara sosial yang ditimbulkan langsung atau tidak langsung dari kegiatan di perusahaan.

b. Aspek Ekonomi

Meliputi pengetahuan mengenai dampak ekonomi dan akibat dari aktivitas bisnis perusahaan.

c. Aspek Lingkungan

Dampak yang terjadi terhadap lingkungan merupakan dampak negatif seperti polusi, perubahan iklim, rusaknya lingkungan hidup dan lain-lain.

2.2.2 Ukuran Perusahaan (*Firm Size*)

Ukuran atau skala perusahaan yakni kecil atau besarnya total aset *corporate* (Goh & Simanjuntak, 2018). Menurut Widyastari & Sari, (2018) ukuran perusahaan merupakan ciri perusahaan dalam melaksanakan *good corporate governance*. Ukuran atau skala dari perusahaan memberi informasi terkait resiko pada perusahaan (Abidin & Lestari, 2019). Pertumbuhan perusahaan dapat ditentukan dari besar kecilnya aset yang dimiliki, rata-rata dari penjualan, jumlah dari penjualan serta rata-rata dari seluruh aktiva (Abidin & Lestari, 2019). Total aset yang makin banyak makin baiknya teknologi dan sistem yang digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta semakin besar juga perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba (Abidin & Lestari, 2019). Hal itu akan meningkatkan nilai perusahaan dan mendapat respon positif dari investor.

Menurut Widyastari & Sari, (2018) dalam Ariswari & Damayanthi, (2019) menjelaskan ukuran atau skala dari perusahaan yang semakin besar menjadikan tanggung jawab pada lingkungannya juga besar. Nilai dari sebuah perusahaan memperoleh pengaruh yang berasal dari skala atau ukuran perusahaan, jika skala perusahaan besar untuk mendapat modal dari luar ataupun dalam jadi mudah. Skala perusahaan terbagi jadi 3 yakni perusahaan kecil, besar serta menengah Andini et al., (2022). Penjelasan dari Badan

Standarisasi Nasional yakni (1) Perusahaan yang skalanya kecil total penjualannya minimal satu milyar per tahun dengan kekayaan bersih maksimalnya dua ratus juta belum termasuk tanah serta bangunan, (2) Perusahaan sedang yakni corporate dengan kekayaan bersihnya mencapai satu hingga sepuluh milyar sudah termasuk tanah serta bangunan, untuk hasil penjualannya anatar satu hingga lima puluh milyar per tahun, (3) Perusahaan besar kekayaan bersihnya mencapai Rp 10 Milyar sudah termasuk tanah serta bangunannya, total penjualannya melebihi lima puluh milyar per tahun.

2.2.3 *Audit Committee*

Komite audit merupakan badan pembuat keputusan untuk mengawasi aktivitas pelaporan keuangan dan non keuangan serta meminimalkan informasi asimetri diantara pihak manajemen dan *stakeholder* Utami et al., (2019). Komite audit pembentukannya lewat dewan komisaris audit dan diberhentikan oleh direksi. Tujuan dibentuknya komite audit adalah untuk membantu fungsi pengendalian atas dewan komisaris untuk memantau kredibilitas laporan keuangan perusahaan (Setiawan & Ridaryanto, 2022). Menurut *Presidential Commission on Good Government* dalam Musallam, (2018), dewan membentuk komite audit untuk menentukan kejelasan kepada perusahaan terutama dalam hal laporan keuangan dan memberikan saran kepada pemangku kepentingan dan pemegang saham terkait risiko yang dihadapi oleh perusahaan.

Anggota komite audit terdiri dari beberapa auditor yang bersifat independen dan bertugas untuk mengaudit laporan keuangan perusahaan di bawah pengawasan dewan komisaris (Sihombing et al., 2020). Komite audit harus diketuai oleh seorang komite independent yang merupakan anggota komite audit (OJK, 2016). Sesuai POJK.04/tahun 2016, wewenang serta tugas komite audit yaitu:

Tugas:

- a. Menelaah informasi dalam hal finansial yang akan disampaikan untuk publik meliputi proyeksi, laporan finansial serta laporan lainnya yang berhubungan dengan informasi finansial perusahaan publik.
- b. Menelaah kepatuhan pada peraturan yang berlaku terkait aktivitas yang dilaksanakan di *corporate*.
- c. Menyatakan persepsi pribadi apabila ada beda pendapat manajemen dengan akuntan.
- d. Menyarankan pemilihan akuntan pada Dewan Komisaris berlandaskan ruang lingkup penugasan, imbalan jasa, serta independensi,.
- e. Menelaah pemeriksaan yang telah dilaksanakan auditor internal serta melakukan pengawasan pada langkah selanjutnya dari Direksi ketika ada temuan dari auditor internal.
- f. Menelaah pelaksanaan manajemen risiko dari Direksi, apabila emiten tidak punya pemantau resiko.
- g. Menelaah adanya laporan terkait laporan keuangan dari emiten serta proses akuntansi.

- h. Memberi telaah serta saran pada Dewan Komisaris mengenai kemungkinan terjadinya benturan kepentingan Perusahaan Publik.
- i. Merahasiakan informasi serta data dari Emiten (OJK, 2016).

Selain itu, komite audit juga mengontrol serta mengawasi proses audit *external* ataupun *internal* serta pelaporan keuangan supaya tidak ada informasi yang asimetris lalu juha melakukan pengawasan pada pertanggung jawaban perusahaan tentang manajemen resiko serta pelaporan keuangan (Restu et al., 2017). Untuk wewenang komite audit mencakup:

- a. Melaksanakan pengaksesan informasi serta data dan dokumen dari emiten mengenai sumber daya perusahaan yang dibutuhkan, aset, dana, serta karyawan.
- b. Melakukan komunikasi secara langsung ke karyawan, Direksi, pelaksana audit internal dan manajemen risiko, serta Akuntan mengenai peran komite audit.
- c. Mengikutkan pihak independen yang dibutuhkan dari luar komite audit guna menunjang tugasnya apabila diperlukan.
- d. Melaksanakan wewenang lainnya dari Dewan Komisaris (OJK, 2016).

Sedangkan tanggung jawab komite audit terdiri dari 3 bidang yaitu:

- a. *Financial reporting*
- b. *Corporate governance*
- c. *Corporate control*

Selain itu, komite audit berperan penting untuk menjaga akuntabilitas perusahaan dan sebagai sistem pengendalian internal untuk memberikan kepastian terkait aktivitas manajemen dengan kepentingan pemegang saham (R. Sari & Sayadi, 2020). Keberadaan komite audit diharapkan dapat mempengaruhi dan meningkatkan level *CSR Disclosure* sehingga dapat menyelesaikan *agency problem*

2.2.4 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan jadi acuan penting untuk investor sebelum melakukan berinvestasi pada perusahaan (Armika & Suryanawa, 2018). Menurut Kusuma & Priantinah, (2018), nilai dari perusahaan yakni pandangan investor mengenai derajat kesuksesan sebuah *corporate* yang tercermin dari harga saham perusahaan. Nilai dari perusahaan ialah gambaran perusahaan tersebut ketika mengolah sumber dayanya di akhir tahun berjalan (Darmastika et al., 2019). Selain itu, nilai perusahaan berperan penting terhadap perusahaan karena dapat membentuk kinerja untuk menumbuhkan kepercayaan kepada pihak yang berkepentingan (Winarti & Imron, 2018). Bisa diambil kesimpulan nilai perusahaan yakni persepsi investor atau penanam saham pada terhadap derajat kesuksesan suatu *corporate* berkaitan dengan harga saham.

Nilai perusahaan dapat menggambarkan kinerja manajemen dan perkembangan perusahaan. Nilai perusahaan dapat menjamin perkembangan perusahaan secara *going concern* jika perusahaan mampu memperhatikan faktor-faktor sosial, ekonomi, dan lingkungan hidup secara selaras agar

tercipta hubungan timbal balik yang saling menguntungkan antara masyarakat dan perusahaan (Murnita et al., 2018)

Harga saham perlu diperhatikan karena sering berubah-ubah, kadang naik, kadang turun. Jika harga saham mengalami peningkatan membuat nilai perusahaan bisa menyejahterakan para pemegang sahamnya. Biasanya pemodal akan mempercayakan pengelolaannya pada manajer serta komisaris (Darmastika et al., 2019). Nilai perusahaan diukur memakai harga saham dengan rasio penilaian. Rasio penilaian dapat menunjukkan gambaran mengenai sikap menghargai dari masyarakat pada perusahaan tersebut, selanjutnya akan menarik minat orang guna membeli saham dengan harga lebih tinggi.

Metode guna mengukur nilai perusahaan yakni **pertama** yaitu *Price Book Value* (PBV). PBV yakni perbandingan nilai buku perusahaan dan harga dari pasar saham perusahaan (Widianingsih, 2018). PBV dapat menggambarkan sebesar pasar memperhitungkan nilai buku saham perusahaan. Jika rasionya tinggi membuat pasar lebih percaya pada *corporate*. Selain itu, PBV juga menggambarkan sejauh mana *corporate* bisa menciptakan nilai perusahaan yang tinggi dari total modal yang masuk. Nilai PBV yang baik yaitu berada di atas 1, dimana nilai pasar melebihi nilai buku perusahaan. Nilai PBV yang tinggi menandakan nilai perusahaan semakin baik. Sebaliknya, jika nilai PBV rendah maka nilai perusahaan juga rendah (Kurniawan & Mawardi, 2017).

Kedua yaitu *Price Earnings Ratio* (PER). PER menunjukkan banyaknya uang yang disediakan investor untuk tiap dolar dari keuntungan yang diberitahukan. PER bisa dipakai membandingkan keuntungan perusahaan dengan keuntungan pemegang saham. Selain itu, dapat digunakan mengetahui reaksi pasar terhadap kinerja perusahaan yang dilihat dari *earning per share* serta agar mengerti keterkaitan *earning per share* serta pasar saham. PER berguna menjadi tolok ukur perubahan keuntungan di masa mendatang. Jika nilai PER besar bisa meningkatkan nilai dari perusahaan.

Selain menggunakan PBV serta PER, nilai perusahaan juga dapat menggunakan *Economic Value Added* (EVA). Rasio ini dapat dihitung dengan menotal biaya dari semua modal yang mencakup biaya utang dan modal ekuitas. Pada penelitian ini menggunakan rumus EVA dalam menghitung nilai perusahaan, alasan menggunakan *Economic Value Added* (EVA) karena dengan rasio ini nilai perusahaan dapat lebih konservatif sebab rasio ini melibatkan seluruh utang dan modal perusahaan (Murnita et al., 2018).

2.3 Penelitian Terdahulu

Adapun hasil penelitian terdahulu terkait topik pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu

No	Judul, Peneliti, Tahun	Variabel	Hasil
1	Judul: Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan	Moderasi: • Profitabilitas (Z) Dependen	• CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan publik sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa

	<p>Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen, dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012 - 2016) Peneliti: (Karundeng et al., 2017)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (Y) <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • CSR • Ukuran perusahaan • Kepemilikan manajerial <p>Populasi dan Sampel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan Keuangan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI <p>Metode Analisis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Purposive Sampling</i> 	<p>Efek Indonesia periode tahun 2012 – 2016</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan publik sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012 – 2016
2	<p>Judul: Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan Peneliti: (Rafika Sari, 2019)</p>	<p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • CSR <p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (PER) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia <p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komite audit <p>Populasi dan Sampel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan Keuangan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI • Komite audit perusahaan dapat memoderasi dengan memperkuat pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan nilai perusahaan.

		Metode Analisis <i>1. Purposive Sampling</i>	
3	Judul: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Peneliti: (Nuryana & Bhebhe, 2019)	Dependen <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan Independen <ul style="list-style-type: none"> • CSR Moderasi <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas Populasi dan Sampel <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan Keuangan Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI Metode Analisis <i>1. Purposive Sampling</i>	<ul style="list-style-type: none"> • CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan
4	Judul: Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Pemoderasi Peneliti: (Murnita et al., 2018)	Moderasi <ul style="list-style-type: none"> • <i>Provitabilitas</i> • <i>Leverage</i> Dependen <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan Independen <ul style="list-style-type: none"> • CSR Populasi dan Sampel <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan Keuangan Perusahaan manufaktur sektor industri dasar dan kimia yang terdaftar di BEI Metode Analisis	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. • CSR memperlemah/menurunkan nilai perusahaan.

		1. <i>Purposive Sampling</i>	
5	<p>Judul: Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi</p> <p>Peneliti: (Darmastika et al., 2019)</p>	<p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Profitabilitas</i> <p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • CSR • <i>Leverage</i> <p>Interaksi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan CSR dengan profitabilitas • Pengungkapan CSR dengan <i>leverage</i> <p>Populasi dan Sampel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan Keuangan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI <p>Metode Analisis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. non probability sampling dengan teknik sampling jenuh 	<ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan CSR berpengaruh positif pada nilai perusahaan
6	<p>Judul: Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Komite Audit</p> <p>Peneliti: (R. Sari & Sayadi, 2020)</p>	<p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Market value</i> • Ukuran perusahaan <p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan <p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Komite audit 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan • Ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan.

		<p>Populasi dan Sampel</p> <p>1. Laporan Keuangan seluruh Perusahaan yang terdaftar di BEI</p> <p>Metode Analisis</p> <p>1. <i>Random Sampling</i></p>	
7	<p>Judul: Pengaruh Pengungkapan <i>Sustainability Report</i> dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi dan Konvensional Periode 2014-2016</p> <p>Peneliti: (Kusuma & Priantinah, 2018)</p>	<p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>Sustainability Report</i> • Ukuran perusahaan <p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas <p>Populasi dan Sampel</p> <p>1. Laporan Keuangan seluruh Perusahaan yang terdaftar di BEI</p> <p>Metode Analisis</p> <p>1. <i>Purposive Sampling</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan (PBV)
8	<p>Judul: Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, and Firm Value: The Moderating Role of Profitability</p> <p>Peneliti: (Irwansyah et al., 2018)</p>	<p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Leverage • CSR <p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Firm value <p>Populasi dan Sampel</p>	<ul style="list-style-type: none"> • The corporate social responsibility disclosure index (CSRDI) had a positive and insignificant impact on the firm value (PBV). • Leverage (DER) had a positive and significant impact on the firm value.

		<p>1. The research population is all manufacturing companies listed on Indonesian Stock Exchange in the period 2012-2015</p> <p>Metode Analisis 1. <i>Purposive Sampling</i></p>	
9	<p>Judul: Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Peneliti: (Armika & Suryanawa, 2018)</p>	<p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan (PBV) <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan tanggung jawab social <p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas <p>Populasi dan Sampel</p> <p>1. Laporan Keuangan seluruh perusahaan yang masuk dalam daftar indeks SRI-KEHATI periode 2010–2020</p> <p>Metode Analisis 1. Judgement sampling</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif signifikan pada nilai perusahaan
10	<p>Judul: Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas</p>	<p>Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Nilai perusahaan <p>Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kepemilikan manajerial 	<ul style="list-style-type: none"> • CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pada pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek

	<p>Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. Peneliti: (Sudarsono & Harahap, 2022)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Corporate Social Responsibility</i> <p>Moderasi</p> <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • Ukuran Perusahaan <p>Populasi dan Sampel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Laporan Keuangan Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di BEI <p>Metode Analisis</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Purposive sampling 	<p>Indonesia periode 2011 – 2012</p>
--	---	---	--------------------------------------

Sumber: Berbagai artikel, jurnal yang telah dipublikasikan

2.4 Hipotesis

2.2.5 Pengaruh CSR Dengan Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi awal mula bahwa bisnis ialah bagian dari masyarakat yang bisa memberi kontribusi positif dengan tujuan serta aspirasi (Jones dan Comfort, 2005). CSR dapat meningkatkan sinyal bagi investor dan stakeholder. CSR memberi informasi terkait perusahaan untuk memperoleh keuntungan. CSR dijadikan sebagai bentuk pertanggung jawaban serta kepedulian perusahaan terhadap lingkungan tanpa mengesampingkan kemampuan perusahaan. Semakin baik tingkat CSR perusahaan, maka semakin meningkatkan sinyal bagi investor dan stakeholder sehingga akan berdampak pada nilai perusahaan.

Berdasarkan *Signalling Theory*, maka tingkat kebertanggung jawaban perusahaan akan sangat berdampak pada keberlangsungan usaha dan prospek bisnis. Perusahaan yang dapat mengelola reputasi semaksimal mungkin akan memperoleh kepercayaan masyarakat yang tinggi dan akan meningkatkan pertumbuhan. CSR yang meningkat akan menarik para investor menanamkan saham yang membuat nilai perusahaan juga semakin naik. Dengan demikian, diduga terdapat pengaruh positif serta signifikan CSR kepada nilai perusahaan.

Hubungan antara pengungkapan tanggung jawab secara sosial dengan nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio price to book value. PBV menunjukkan rasio kemauan investor membeli saham untuk tiap nilai buku per sahamnya. Apabila perusahaan baik dalam menunjukkan tanggung jawab sosialnya membuat investor menilai baik perusahaan tersebut. Serta untuk jangka waktu ke depan kondisi perusahaan akan menjadi lebih baik berkaitan dengan isu-isu lingkungan dan bersedia menambah investasinya sehingga membuat nilai pasar perusahaan menjadi lebih baik. Hipotesis kesatu di riset ini yakni:

H1: *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.2.6 Pengaruh Ukuran Perusahaan Dengan Nilai Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2011:4) ukuran perusahaan yakni skala perusahaan dilihat dari total aset serta ekuitas dan ukuran pendapatan. Ukuran perusahaan ialah skala ukuran ditinjau dari total aset dengan manajemen

sumber daya yang ada guna menghasilkan barang ataupun jasa yang bisa dijual.

Ukuran perusahaan bisa memberikan pengaruh pada nilai perusahaan yang didukung dengan *signaling theory*. Teori itu dari Ross pada tahun 1977. Menurut Brigham & Houston (2011:4), Teori Signaling adalah “suatu kegiatan perusahaan terkait manajemen melihat perusahaan sebagai sinyal bagi para investor”.

Total aset yang dimiliki perusahaan bisa menunjukkan ukuran dari perusahaan tersebut. Perusahaan yang skalanya besar gampang untuk masuk di pasar modal sehingga mudah memperoleh dana. Investor menilai perkembangan serta prospek perusahaan tersebut akan bagus yang menjadikan mereka tertarik memberikan modal. Ukuran dari perusahaan menjadi pertimbangan investor untuk menanamkan modal. Peningkatan ukuran atau skala perusahaan ditandai dengan meningkatnya total aktiva. Output riset R. Sari & Sayadi, (2020) yakni ukuran atau skala perusahaan memberikan pengaruh yang signifikan pada nilai dari perusahaan. Selain itu, hasil riset Rahmantari, (2021) ialah skala atau ukuran dari perusahaan memberi pengaruh yang positif pada nilai perusahaan. Sehingga hipotesis keduanya:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap nilai perusahaan

2.2.7 Moderasi *Audit Committee* Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Komite audit merupakan badan pembuat keputusan untuk mengawasi aktivitas pelaporan keuangan dan non keuangan serta meminimalkan informasi asimetri diantara pihak manajemen dan *stakeholder* Utami et al., (2019). Komite audit ialah bentukan dari dewan komisaris audit dan diberhentikan oleh direksi. Tujuan dibentuknya komite audit adalah untuk membantu fungsi pengendalian atas dewan komisaris untuk memantau kredibilitas laporan keuangan perusahaan (Setiawan & Ridaryanto, 2022).

Searah dengan *signaling theory* jika perusahaan punya *audit committee* yang memenuhi standar bisa memberi peningkatan pada nilai dari perusahaan serta menghindari informasi yang asimetri dan nilai kapitalisasi yang besar. Kemudian penelitiain Widianingsih, (2018) yakni adanya komite audit memberikan pengaruh yang signifikan pada nilai perusahaan. Pernyataan itu sesuai dengan *signaling theory* dimana perusahaan yang memiliki nilai tinggi biasanya memiliki kelengkapan dalam susunan perusahaan salah satunya keberadaan komite audit. Sebab keberadaan komite audit dapat berkontribusi terhadap perusahaan dengan mengawasi aktivitas pelaporan keuangan yang integritas dan objektivitas (Widianingsih, 2018).

Untuk mengukur rasio ini memakai pengukuran total anggota komite audit. Komite audit berperan penting guna meminimalisir pertikaian pihak manajemen serta pemegang saham di dalam perusahaan, mengurangi praktik manipulasi laba yang dilakukan oleh perusahaan, menjaga integritas ketika

menyusun laporan keuangan. Berdasarkan riset R. Sari & Sayadi, (2020) menyatakan bahwa total anggota komite audit yang ada di perusahaan bisa menjadi moderasi yang menguatkan ukuran atau skala perusahaan dan nilai perusahaan. Atas alasan tersebut, hipotesis ketiganya yakni:

H3: *Audit committee* memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

2.2.8 Moderasi *Audit Committee* Pada Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Corporate Social Responsibility (CSR) menjadi awal mula bisnis sebagai bagian dari masyarakat yang bisa memberikan kontribusi secara positif dengan tujuan social (Jones dan Comfort, 2005). Fakta di Indonesia penanam saham sudah melihat nilai dari perusahaan berdasar kegiatan CSR yang ada di annual report. Tahun 2016 GRI 4 berisi poin-poin mengenai kondisi perusahaan saat ini dan masa mendatang serta kepeduliannya pada lingkungan yang dipakai sebagai dasar melihat CSR dan membuat banyak pihak tertarik.

Signalling Theory memberitahukan bahwa *corporate* yang mempunyai *audit committee* yang memenuhi standar akan punya lebih besar pengungkapan *corporate social responsibility* yang memberikan dampak tinggi bagi nilai dari perusahaan. Sesuai riset (Dewi et al., 2021; Rivandi & Putra, 2019; Susanto Y & Joshua D, 2019)

Output riset Latupono dan Andayani (2016) yakni CSR memberikan pengaruh yang signifikan serta positif pada nilai dari tiga puluh perusahaan di

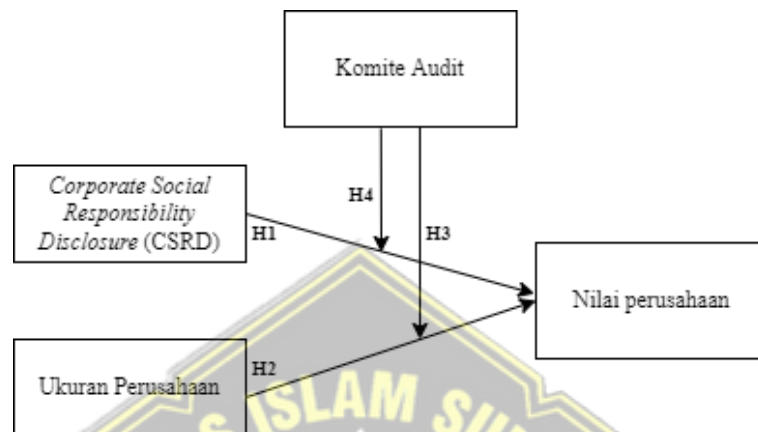
bidang sappel tahun 2009-2011. Oleh karenanya nilai dari perusahaan bisa ditingkatkan dengan cara meningkatkan CSR karena dengan CSR membuat stakeholder mengapresiasi secara positif ditandai dengan meningkatnya harga saham. Menurut riset Rafika Sari, (2019) yakni total komite audit bisa menjadi moderasi yang menguatkan pengaruh CSR dengan nilai dari perusahaan. Hipotes selanjutnya di riset ini ialah:

H4: *Audit committee* memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.



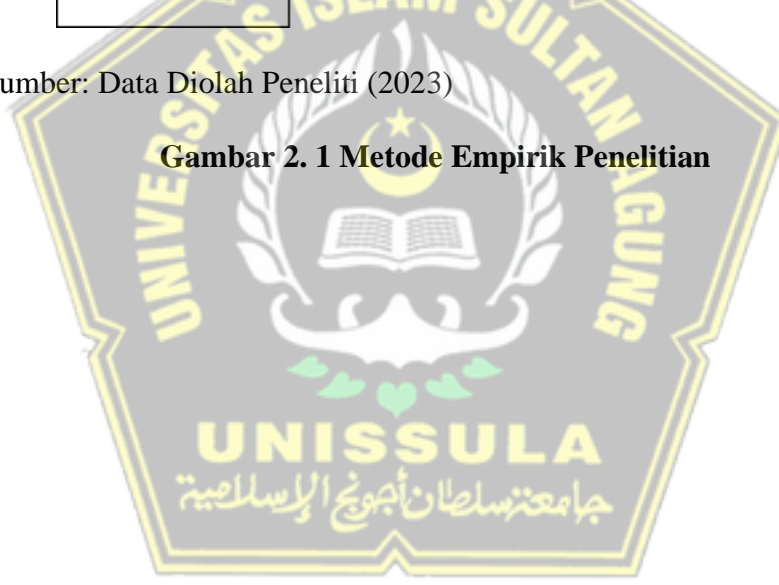
2.5 Model Empirik Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka, maka model empirik penelitian ini yaitu:



Sumber: Data Diolah Peneliti (2023)

Gambar 2. 1 Metode Empirik Penelitian



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Riset termasuk penelitian kuantitatif guna melakukan pengujian pada hipotesis yang bisa menguatkan ataupun melemahkan teori yang sudah ada. Metode kuantitatif ialah riset dengan berpedoman aliran positivisme yang guna meneliti sampel ataupun populasi (Sugiyono, 2018). Riset yang dilakukan peneliti termasuk jenis riset kausalitas yaitu penelitian yang bertujuan untuk melihat pengaruh serta hubungan (sebab akibat) antara dua variabel ataupun lebih. Tujuan dari riset ini yaitu untuk menguji pengaruh variabel moderating yaitu *audit committee* dengan variabel independent yakni *corporate social responsibility disclosure* serta ukuran dari perusahaan terhadap variabel terikatnya yakni nilai dari perusahaan.

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi merupakan generalisasi objek/subjek dengan karakteristik tertentu yang nantinya akan disimpulkan berdasarkan kriteria yang sudah ditetapkan peneliti (Sugiyono, 2018). Jadi dapat disimpulkan bahwa populasi tidak hanya orang saja, melainkan objek baik berupa benda mati maupun benda alam, subjek, dan ciri dari objek/subjek tersebut. Populasi riset ini ialah perusahaan bank umum syariah terdaftar dalam Bank Indonesia Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2019 hingga tahun 2023.

Sedangkan sampel merupakan bagian dari populasi. Menurut (Sugiyono, 2018) sampel sebagai bagian dari populasi dengan ciri tertentu.

Digunakan jika jumlah populasinya besar serta keterbatasan dana, waktu, serta tenaga. Dalam penelitian ini, teknik samplingnya yakni *pusposive sampling* dimana sampling dilakukan subjektif oleh peneliti. *Pusposive sampling* yakni mengambil sampel dengan sengaja didasarkan ketentuan yang telah ditetapkan oleh peneliti. *Pusposive sampling* dipilih karena tidak semua *corporate* dibidang perbankan sudah terdaftar di Bursa Efek Indonesia di tahun 2019-2023 dapat dijadikan sampel. Selain itu, dalam pemilihan sampel dengan *pusposive sampling*, digunakan juga *judgement sampling* yaitu sampel yang akan digunakan disesuaikan terlebih dahulu sesuai tujuan penelitian. Ketentuan sampel dalam riset ini ialah:

- 1) Perbankan Syariah dan sudah ada di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2019-2023.
- 2) Perbankan Syariah yang tidak mempublikasikan *annual report* di website perusahaannya
- 3) Perbankan Syariah yang mengungkapkan informasi mengenai *Corporate Social Responsibility* di *annual report*.

3.3 Jenis Data dan Sumber Penelitian

3.3.1 Jenis Data

Dalam riset ini memakai data sekunder didapat secara tidak langsung atau melalui media perantara. Data sekunder yang dimaksud di riset ini

berasal dari *annual report* pada perbankan umum syariah yang ada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) mulai 2019-2023.

3.3.2 Sumber Data

Riset ini memakai sumber data dari laporan keuangan perbankan syariah di Indonesia pada tahun 2019-2023 yang dipublikasikan OJK yang termuat dalam website www.ojk.go.id. Sedangkan untuk objek penelitian dilakukan pada perusahaan perbankan syariah yang ada di OJK jangka waktunya lima tahun dari tahun 2019 hingga tahun 2023.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Riset ini mengumpulkan data dengan metode dokumenter. Pengumpulannya dengan cara mengamati, menganalisis, mencatat, kemudian membuat kesimpulan dari laporan keuangan perusahaan perbankan Syariah yang ada di OJK pada tahun 2019-2023. Metode ini dilakukan lantaran data yang dikumpulkan berupa data sekunder dalam bentuk laporan keuangan perusahaan perbankan Syariah tahun 2019 hingga tahun 2023.

3.5 Variabel dan Indikator

3.5.1. Variabel Dependen

Variabel dependen memperoleh pengaruh dari variabel lainnya. Riset ini variabel terikatnya yaitu nilai dari perusahaan. Menurut (Kusuma & Priantinah, 2018) nilai perusahaan ialah pandangan investor mengenai derajat kesuksesan *corporate* tercermin dari harga saham perusahaan. Nilai dari perusahaan penting karena dapat mencerminkan kinerja manajemen

dan perkembangan perusahaan yang akan membawa dampak terhadap keinginan investor guna membeli saham pada *corporate* tersebut.

Nilai perusahaan bisa dilihat dengan menggunakan *Economic Value Added* (EVA). Konsep EVA pada awalnya dikembangkan oleh Stewart dan Sten dari perusahaan konsultan US pada tahun 1993. EVA merupakan perkiraan keuntungan ekonomi yang diperoleh dari bisnis pada tahun tertentu. Perhitungan EVA digunakan untuk mengetahui ataupun memperhitungkan total biaya dari semua modal, yang mencakup biaya utang dan modal ekuitas. Alasan penelitian ini menggunakan rumus EVA karena pada saat menghitung nilai perusahaan maka dibutuhkan harga saham untuk menentukannya sedangkan perusahaan bank umum syariah yang ada di OJK tidak terdapat harga saham, maka dari itu menggunakan rumus EVA untuk menentukan nilai perusahaan. Berikut merupakan formula perhitungan EVA:

$$\text{NOPAT (Net Operating After Tax)} = \text{EBIT} (1 - \text{TAX})$$

$$\text{EBIT} = \text{Laba bersih tahun berjalan} + \text{bagi hasil} + \text{pajak}$$

$$\text{Tax} = \frac{\text{Beban Pajak}}{\text{Laba Sebelum Pajak}}$$

$$\text{Capital Charges} = \text{WACC} * \text{invested capital}$$

$$\text{WACC} = [(D * rd)(1 - tax) + E(re)]$$

$$D = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Hutang} + \text{Total Ekuitas}}$$

$$Rd = \frac{\text{Beban Bunga}}{\text{Pembiayaan Mudharabah}}$$

$$E = \frac{\text{Total Ekuitas}}{\text{Total Hutang} + \text{Total Ekuitas}}$$

$Invested\ Capital = (Total\ Hutang + Total\ Ekuitas) - Pembiayaan\ Mudharabah$

$Capital\ Charges = WACC * Invest\ Capital$

$$EVA = NOPAT - CoC$$

Keterangan:

EVA = *Economic Value Added*

NOPAT = *Net Operating Profit After Tax*

CoC = *Cost of Capital / Capital Charges*

3.5.2 Variabel Independen

Variabel bebas adalah variabel yang dapat memberikan pengaruh ke variabel lainnya. Terdapat dua variabel bebas di riset ini yaitu *Corporate Social Responsibility Disclosure* serta ukuran dari perusahaan.

3.5.2.1 Corporate Social Responsibility Disclosure

Corporate Social Responsibility Disclosure yakni sebuah rancangan dan elemen terpenting dalam keterkaitan perusahaan dengan masyarakat serta *stakeholder* (Abidin & Lestari, 2019). Tujuan dari CSR itu sendiri supaya *corporate* bisa mengemukakan bentuk komitmen sosial yang sudah dilakukan selama beberapa periode (Prasetyo & Meiranto, 2017). Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) menyatakan bahwa CSR merupakan suatu pertanggung jawaban *corporate* untuk bertindak secara benar dan berpartisipasi dalam pengembangan ekonomi perusahaan melalui peningkatan taraf hidup pekerja beserta keluarganya.

Menurut pendapat K. C. Sari & Azizah, (2019) menyatakan bahwa CSR perlu bersinergi dengan pembangunan konsep *triple bottom line* melalui *social justice*, *environmental quality*, dan *economic prosperity*. Penerapan CSR dimuat UU No. 25 tahun 2007 terkait Penanaman Modal serta UU No. 40 Tahun 2007 mengenai Perseroan Terbatas membahas mengenai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan, agar aktivitas usaha suatu perusahaan tetap berjalan, maka perusahaan tersebut perlu peduli terhadap elemen “3P”, berpartisipasi dalam mensejahterakan masyarakat, dan aktif dalam aktivitas pelestarian lingkungan.

Pengukuran CSRD menggunakan indikator/standar baku GRI (*Global Reporting Initiative*) versi G4 (GRI G4) yang diperoleh melalui website. GRI merupakan lembaga independen dan perintis yang menyediakan kerangka kerja untuk *sustainability report* yang digunakan oleh banyak organisasi di seluruh penjuru dunia. *GRI Guidelines* menetapkan bahwa perusahaan perlu menggambarkan dampak dari kegiatannya terhadap 3 kategori yaitu ekonomi, sosial, dan lingkungan di bagian *standard disclosure*. GRI G4 terdiri dari 91 indikator yang masing-masing terbagi menjadi 6 indikator yaitu: (1) indikator ekonomi yang terdiri dari 9 aspek, (2) indikator lingkungan yang terdiri dari 34 aspek, (3) indikator kenyamanan bekerja dan praktik ketenagakerjaan yang terdiri dari 16 aspek, (4) indikator HAM yang terdiri dari 12 aspek, (5) indikator masyarakat yang terdiri dari 11 aspek, dan (6) indikator tanggung jawab terhadap produk yang terdiri dari 9 aspek.

Corporate Social Responsibility Disclosure dapat diukur dengan menggunakan pendekatan dikotomi atau menggunakan daftar *social responsibility disclosure* yaitu dalam *annual report* setiap item yang diungkapkan diberi skor “1” sedangkan item yang tidak diungkapkan skor “0” (Andriani & Subardjo, 2017). Berikut adalah rumus mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan dalam *annual report* yaitu:

$$CSRDI_j = \frac{\sum n}{\sum k}$$

Keterangan:

CSRDI_j = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan

n = Jumlah skor pengungkapan yang dicapai untuk perusahaan

k = Jumlah skor maksimal untuk perusahaan = 91

atau

$$CSR_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR_j = *Corporate Social Responsibility* perusahaan

X_{ij} = Dummy variabel: jika item diungkapkan “1” ; jika item tidak diungkapkan “0”

n_j = Total item untuk perusahaan

3.5.2.2 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan diukur berdasarkan jumlah aset yang dimiliki oleh perusahaan sampel dan sebagai tolak ukur skala perusahaan (Sayidah &

Adiraya, 2019). Jika aktiva perusahaan makin besar, maka ukuran perusahaan juga makin besar. Sebaliknya jika aset perusahaan makin berkurang, maka ukuran perusahaan juga berkurang. Variabel ukuran perusahaan dapat diprosikan dengan menggunakan *natural logarithm total assets*. Ukuran perusahaan ditentukan dengan mengambil logaritma natural seluruh aset. Untuk mengurangi data yang berfluktuasi secara signifikan, terapkan logaritma natural. Untuk menyederhanakan jumlah aset yang secara teoritis bernilai triliunan rupiah tanpa mengubah proporsi riil, digunakan juga logaritma natural (Wahyuni, dkk., 2013). Rumus dari ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

$$Size = Ln(Total\ asset)$$

3.5.3 Variabel Moderasi

Variabel moderasi yaitu variabel yang dapat menjadi penguat atau pelemah variabel bebas (variabel independen) dan variabel terikat (variabel dependen). Dalam penelitian ini audit *committee* digunakan sebagai variabel moderasi. Komite audit menjadi badan dibentuk sekaligus tangan kanan dewan komisaris untuk membantu pelaksanaan mandat dan tanggung jawabnya agar semakin efektif dalam melakukan pengawasan. Menurut (Appuhami & Tashakor, 2017; Pudjianti & Ghozali, 2021) komite audit merupakan badan pembuat keputusan sebagai pengawas aktivitas pelaporan keuangan dan non keuangan serta mengurangi timbulnya informasi asimetri diantara pihak manajemen dan *stakeholder*. Dengan menggunakan definisi di atas, komite audit adalah kelompok yang bersifat independen terhadap

manajemen dan memiliki pandangan dalam bidang akuntansi dan hal-hal yang berhubungan dengan sistem pengendalian intern perusahaan.

Komite audit dipilih dewan komisaris untuk membantu auditor dalam melindungi independensi dari pihak manajemen dan menjaga hak pemegang saham melalui pengawasan aktivitas operasional perusahaan ketika penyusunan laporan keuangan dan pengendalian dalam perusahaan. Komite audit berperan penting untuk mengurangi perselisihan/pertikaian antara pihak manajemen dan pemegang saham di dalam perusahaan, mengurangi praktik manipulasi laba yang dilakukan oleh perusahaan, menjaga integritas dalam penyusunan laporan keuangan. Setiap perusahaan wajib memiliki minimal 3 orang komite audit. Anggota komite audit bukan berasal dari pihak manajemen maupun pemegang saham, melainkan berasal dari komisaris independent dan eksternal perusahaan. Berikut rumus menghitung komite audit suatu perusahaan:

$$KA = \sum \text{Jumlah Anggota Komite Audit}$$

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik pengolahan data yang dikumpulkan untuk menghasilkan informasi yang selanjutnya digunakan untuk mengambil keputusan dikenal dengan teknik analisis data. Metode analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif. Analisis tersebut merupakan teknik analisis data dengan menggunakan berbagai teknik-teknik statistika. Tujuan dari analisis kuantitatif yaitu untuk menelaah berbagai permasalahan yang

dapat diwujudkan dalam jumlah tertentu. Permasalahan tersebut dapat diselesaikan dengan menggunakan perhitungan atau berupa angka.

Teknik analisis data regresi linier berganda dan *Moderated Regression Analysis* dengan bantuan aplikasi *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 25 digunakan dalam penelitian ini. Adapun tujuan menggunakan regresi linier berganda yaitu untuk menguji hubungan *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen terhadap nilai perusahaan sebagai variabel dependen. Sedangkan *Moderated regression analysis* digunakan untuk menganalisis *audit committee* sebagai variabel moderasi terhadap variabel dependen dan variabel independen. Sebelum menganalisis menggunakan regresi linier berganda, perlu melakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu yang terdiri dari uji normalitas, uji heterokedastisitas, uji multikolinearitas, dan uji autokorelasi.

3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis memiliki bertujuan untuk menjelaskan variabel yang terdapat dalam penelitian secara umum dan melihat persebaran data penelitian serta memberikan ringkasan subjek yang diteliti dengan menggunakan data populasi atau sampel. Selain itu, analisis ini juga mengubah data menjadi informasi yang dimengerti dan dipahami. Analisis ini menjelaskan data penelitian dengan melihat standar deviasi, nilai rata-rata, nilai maksimum dan nilai minimum data penelitian. *Mean* digunakan untuk memprediksi rata-rata populasi yang dijelaskan oleh sampel. Standar deviasi digunakan untuk melihat jarak penyimpangan dari nilai rata-rata sampel, sehingga *range* antara

nilai maksimum dan minimum dari tiap-tiap variabel dapat diketahui. Apabila standar deviasi tidak lebih besar dari nilai rata-rata, maka range nilai maksimum dan minimum dapat dikatakan tidak terlalu jauh. Untuk melihat nilai terkecil dan terbesar dalam populasi, gunakan nilai maksimum-minimum. Tujuannya untuk mengetahui gambaran keseluruhan dari masing-masing sampel yang telah dikumpulkan dan memenuhi acuan untuk dijadikan sebagai sampel penelitian.

Analisis statistik deskriptif dipergunakan untuk mengetahui derajat pengungkapan CSR, penilaian bisnis dan ukuran perusahaan pada perusahaan perbankan syariah yang terdaftar di BEI tahun 2019-2023. Selain itu, tujuan dari analisis statistik deskriptif yaitu untuk menganalisa data yang berupa angka tiap masing-masing variabel, sehingga dapat menjelaskan mengenai kondisi perusahaan selama periode tertentu. Sebelum menguji data penelitian, sebaiknya perlu melakukan analisis data deskriptif dari tiap-tiap variabel. Adapun cara penyajian statistik deskriptif yaitu dengan tabel biasa maupun batang, diagram lingkaran, simpangan baku, dan *pictogram*.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Menguji persamaan regresi yang dihasilkan memiliki keakuratan, tidak bias yang terbaik (*best linier unbiased estimator/BLUE*), dan konstan menjadi tujuan dari Uji asumsi klasik. BLUE merupakan dugaan yang searah dan memiliki varian yang minimum. Selain itu, uji asumsi klasik bertujuan untuk memastikan tidak terjadi multikolinearitas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas pada model regresi yang diterapkan, selain menjamin

bahwa data yang dihasilkan berdistribusi teratur. Uji hipotesis klasik dilakukan sedemikian rupa sehingga nilai parameter model estimator yang digunakan dinyatakan valid. Dalam uji asumsi klasik terdapat kemungkinan data yang sebenarnya tidak memenuhi semua pengujian yang akan dilakukan sehingga perlu dikoreksi atau diperiksa ulang. Uji hipotesis klasik meliputi uji multikolinearitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, normalitas, dan linieritas. Dalam penelitian ini digunakan tiga uji asumsi klasik:

3.6.2.1 Uji Normalitas

Dua cara yang diterapkan dalam Uji normalitas yaitu analisis statistik dan analisis grafik. Adanya normalitas data dapat diketahui apabila terdapat titik-titik disusun mengelilingi garis diagonal. Syarat untuk menjadi model regresi yang baik yaitu berdistribusi normal atau hampir normal (Ghozali, 2018).

Tujuan dari uji normalitas itu sendiri adalah untuk menguji variabel residual, variabel dependen, variabel independent, ataupun kedua berdistribusi normal atau tidak. Data dikatakan berdistribusi normal jika itu menciptakan garis diagonal lurus, yang dapat digunakan untuk memplot data sisa dan membandingkannya. Teknik yang digunakan dalam uji normalitas pada penelitian ini yaitu dengan analisis statistik Kolmogorov-Smirnov (*One Sample K-S*). Dasar dalam pengambilan keputusan dengan cara melihat angka probabilitas terjadinya suatu peristiwa, dengan ketentuan sebagai berikut:

- Probabilitas $> 5\%$ atau $0,05$ hipotesis diterima karena data berdistribusi teratur atau normal.
- Probabilitas $< 5\%$ atau $0,05$ hipotesis ditolak karena data tidak berdistribusi teratur atau normal.

3.6.2.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya hubungan antarvariabel independen (variabel bebas) (Ghozali, 2018) Gejala multikolinieritas dapat dideteksi dari angka *Varian Inflation Factor* (VIF) dan *tolerance*. Multikolinieritas terjadi jika terdapat koneksi linier yang ideal atau hampir sempurna antara beberapa maupun seluruh variabel independen (Tobing et al., 2019). Selain itu, apabila variabel orthogonal saling berhubungan, maka variabel itu tidak orthogonal. Variabel orthogonal merupakan variabel yang nilai sesame variabel independennya sama dengan nol (Ghozali, 2018). Model regresi yang efektif seharusnya tidak terjadi hubungan antara variabel independen, untuk mengetahui ada tidaknya multikolinieritas dalam sebuah model regresi dapat dilihat dari nilai toleransi atau *varian inflation factor* (VIF) dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika nilai *tolerance* $> 0,1$ atau $VIF < 10$, hal tersebut tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

- Jika nilai *tolerance* < 0,1 atau VIF > 10, hal tersebut terdapat multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi.

3.6.2.3 Uji Autokorelasi

Tujuan dari uji autokorelasi untuk mengetahui dalam regresi apakah terdapat hubungan antara residual atau residual yang bersifat model tidak saling independent. Sebuah model regresi dianggap bagus jika tidak terdapat autokorelasi (residual saling independent). Uji Durbin Watson dapat dipakai untuk mendeteksi autokorelasi. Salah satu kemungkinan penerapan besaran Durbin – Watson dalam proses identifikasi masalah autokorelasi. Uji dilakukan dengan menggunakan uji Durbin-Watson, rumus :

$$D - W = \frac{\sum(e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

Keterangan:

D – W = Nilai Durbin Watson

e_t = Galat pada observasi ke-t

e_{t-1} = Galat pada observasi ke-t – 1

Untuk memeriksa adanya autokorelasi, kemudian uji Durbin-Watson dilakukan, menghasilkan temuan selanjutnya:

1. Jika $(D-W) < l d$, maka h_0 ditolak
2. Jika $(D-W) > u d$, maka h_0 diterima
3. Jika $l d < (D-W) < u d$, maka tidak dapat diambil kesimpulan

3.6.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Berupaya untuk menentukan apakah residu suatu pengamatan berbeda dengan sisa pengamatan lainnya dalam model regresi (Ghozali, 2018). Heteroskedastisitas dapat diketahui dengan cara melihat grafik Scatterplot dan memplotkan grafik antara SRESID dengan ZPRED. Apabila terdapat pola tertentu dalam grafik, heteroskedastisitas seperti titik-titik yang menjadi pola teratur. Sebaliknya, apabila pola tidak teratur tidak terjadi heteroskedastisitas (Andriani & Subardjo, 2017). Model regresi yang homoskedastisitas dan tidak ada tanda-tanda heteroskedastisitas dianggap baik.

Heteroskedastisitas dapat dihilangkan dengan melakukan transformasi bentuk regresi dengan cara membuat model regresi salah satu variabel independen dan menggunakan transformasi log. Uji heteroskedastisitas terdiri dari beberapa jenis seperti Breusch - Pagan Godfrey, Harvey, Glejser, ARCH, White dan lain-lain (Laksmi & Narsa, 2021). Uji Glejser digunakan sebagai uji heteroskedastisitas dalam penyelidikan ini, karena pengujian ini hasilnya lebih akurat dan menggunakan tingkat signifikan $\alpha = 0,05$ atau 5%. Hasil uji menunjukkan $\text{sig} > \alpha$ berarti tidak ada heteroskedastisitas, sebaliknya jika $\text{sig} < \alpha$ berarti terdapat heteroskedastisitas. Adapun hipotesis yang diajukan sebagai berikut:

H_0 = Homoskedastisitas

H_a = Heteroskedastisitas

Sedangkan kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Apabila nilai probabilitas $F > 0,05$ maka H_a dapat diterima
- Apabila nilai probabilitas $F < 0,05$, maka H_a dapat ditolak

3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan analisis regresi linier berganda mengetahui pengaruh dan hubungan sebab-akibat antara variabel independen (ukuran bisnis dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan) terhadap variabel dependen (nilai perusahaan). Selain itu, uji regresi linier berganda bertujuan untuk memastikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dan variabel moderasi. Hasil analisis regresi linier berganda berupa koefisien untuk masing-masing variabel. Uji ini dilakukan untuk hipotesis pertama (H_1) dan hipotesis kedua (H_2). Adapun persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

β = Koefisien regresi

α = Konstanta

X^1 = *Corporate Social Responsibility Disclosure*

X^2 = Ukuran Perusahaan

ε = Faktor pengganggu

3.6.4 Uji Kelayakan Model

Tujuan ujian kelayakan model melihat tingkat kelayakan model yang tinggi terhadap model yang dianalisis. Kelayakan model yang dimaksud adalah variabel yang digunakan dapat menjelaskan peristiwa/fenomena yang diteliti. Kelayakan yang dimaksud pada uji ini adalah bahwa model pada penelitian ini dapat menjelaskan hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat. *Goodness of fit* digunakan penguji dalam penelitian ini. Uji kelayakan model yang dipakai penelitian ini adalah uji F dan koefisien determinasi (R^2).

3.6.4.1 Uji F (F-Test)/Uji Simultan

Uji F atau uji simultan bermaksud untuk memastikan seberapa besar hubungan variabel independen simultan terhadap variabel dependen. Selain itu, uji F bertujuan untuk mengetahui kelayakan model dalam menjelaskan dan memprediksi pengaruh satu variabel dependen dengan satu atau beberapa variabel independen. Peneliti menggunakan taraf signifikansi sebesar 0.05 atau ($\alpha=5\%$) pada penelitiannya. Cara yang digunakan yaitu dengan melakukan perbandingan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} . Penelitian ini hipotesis yang dipakai berhubungan dengan ada tidaknya hubungan variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis yang digunakan yaitu:

- H_0 = Model tidak layak (tidak terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

- H_a = Model layak (terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen).

Pengambilan keputusan pada uji f ini didasarkan pada kriteria:

- Apabila nilai F hitung $<$ F tabel dan nilai probabilitas $F < 0,05$, alhasil H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel dependen secara simultan mempengaruhi variabel dependen.
- Apabila nilai F hitung $>$ F tabel dan nilai probabilitas $F > 0,05$, alhasil H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel dependen secara simultan tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.6.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi atau R^2 berupaya mengukur tingkat kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Nilai koefisien determinasi berada diantara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$). Selain itu, uji R^2 bertujuan untuk melihat persentase variabel independen digunakan untuk menjelaskan variabel dependen. Nilai yang digunakan sebagai indikator adalah *Adjusted R²* (*R-Square*). *Adjusted R²* digunakan untuk menilai pengaruh terhadap penambahan satu variabel independen ke dalam satu persamaan regresi (naik atau turun). Jika nilai R^2 kecil hal ini menunjukkan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat minim dan rendah. Namun sebaliknya, jika nilai R^2 hampir

mendekati angka 1 berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat besar dan dapat memprediksi hubungan antara variabel independen dengan memberikan seluruh informasi yang diperlukan.

Kelemahan dari penggunaan uji R^2 yaitu ada bias yang mendukung variabel independen dalam model. Apabila *Adjusted R²* bernilai negatif, alhasil nilai *Adjusted R²* dianggap bernilai 0. Jika nilai $R^2 = 1$, alhasil *adjusted R²* = $R^2 = 1$, sedangkan $R^2 = 0$, alhasil *adjusted R²* = $(1 - k)/(n - k)$. Apabila $k > 1$, alhasil *adjusted R²* akan bernilai negatif (Ghozali, 2018).

3.6.5 Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk menilai kekuatan bukti dari sampel dan memutuskan terhadap hipotesis apakah ditolak atau diterima. Uji hipotesis pada penelitian ini memakai uji t (t-test).

3.6.5.1 Uji t (T-Test)/Uji Parsial

Menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen dengan variabel dependen serta variabel moderasi secara parsial menjadi tujuan dari Uji t. Untuk melakukan Uji t dibandingkannya T_{tabel} dengan T_{hitung} atau dengan menggunakan *One way anova* (Anova satu jalur). Untuk tingkat signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 ($\alpha=5\%$). Pada penelitian ini hipotesis yang digunakan berhubungan dengan ada maupun tidak pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hipotesis yang dipakai yaitu:

- H_0 = Variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat
- H_a = Variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

Pengambilan keputusan pada uji t ini didasarkan pada kriteria:

- Apabila nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ dan nilai probabilitas $T_{hitung} < 0,05$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak. alhasil variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen dan terdapat pengaruh variabel dependen maupun variabel independen.
- Apabila nilai $T_{hitung} < T_{tabel}$ dan nilai probabilitas $T_{hitung} > 0,05$, maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Artinya variabel independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen dan tidak memiliki pengaruh dari variabel dependen dan variabel independen.

3.6.6 *Moderated Regression Analysis*

Moderated regression analysis (MRA) digunakan untuk menganalisis *audit committee* dapat mempengaruhi *corporate social responsibility disclosure* dan ukuran perusahaan terhadap nilainya. Untuk menentukan jenis moderating pada *audit committee* persamaan regresi MRA yang digunakan hanya sebagai *pure moderating* dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 (X_1 X_3) + \beta_5 (X_2 X_3) + e$$

Keterangan:

Y = Nilai perusahaan

α = Konstanta

β = Koefisien regresi

X_1 = *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

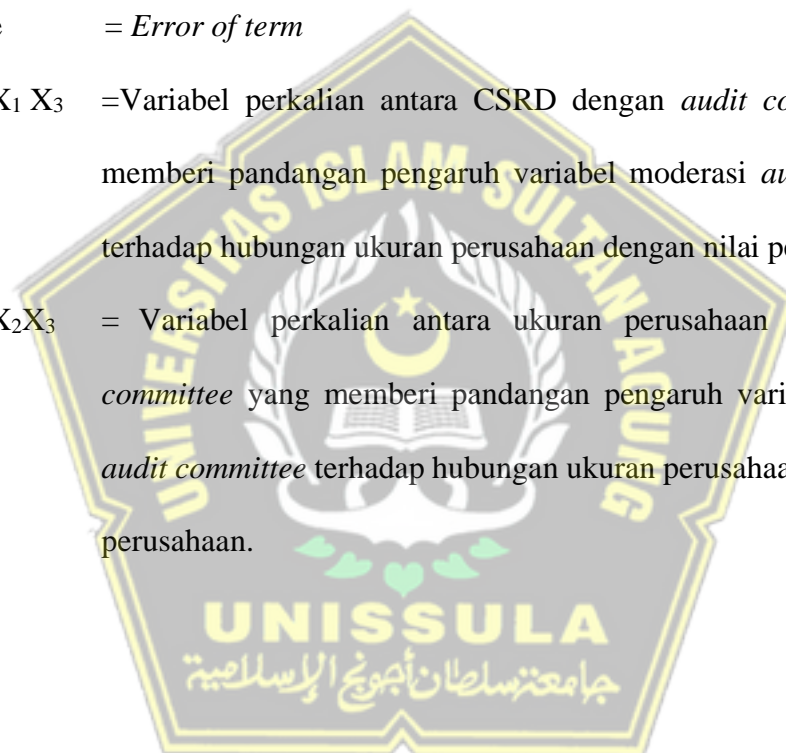
X_2 = Ukuran perusahaan

X_3 = *Audit Committee*

e = *Error of term*

$X_1 X_3$ = Variabel perkalian antara CSR dengan *audit committee* yang memberi pandangan pengaruh variabel moderasi *audit committee* terhadap hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.

$X_2 X_3$ = Variabel perkalian antara ukuran perusahaan dengan *audit committee* yang memberi pandangan pengaruh variabel moderasi *audit committee* terhadap hubungan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan.



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Seluruh Bank Umum Syariah yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2019 hingga tahun 2023, dengan jumlah 13 Bank Umum Syariah menjadi populasi pada penelitian ini. Tujuan penelitian untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan, artinya populasi yang dipilih sebagai sampel penelitian adalah populasi yang memenuhi persyaratan sampel tertentu. Tidak dimasukkan dalam penelitian jika Perusahaan tidak memenuhi persyaratan. Data yang dipakai penelitian ini data sekunder yang berasal dari laporan keuangan berkelanjutan pada perusahaan perbankan umum syariah yang telah dijadikan sampel pada tahun 2019-2023. Data laporan keuangan berkelanjutan yang dipakai sebagai bahan untuk penelitian diperoleh dari situs resmi pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melalui website www.ojk.go.id. Adapun rincian mengenai kriteria dalam pengambilan sampel yang akan diteliti terdapat pada tabel:

Berdasarkan tabel 4.1 hasil pengambilan sampel dengan metode *purposive sampling* tersebut, alhasil di dapat jumlah perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi periode 2019-2023 sebanyak 60 perusahaan yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan (OJK).

Tabel 4. 1
Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian

No.	Keterangan	Jumlah
1.	Perbankan Syariah yang terdaftar di Otoritas Jasa Keuangan (OJK) tahun 2019-2023.	13
2.	Perbankan Syariah yang tidak mempublikasikan <i>annual report</i> di website perusahaannya.	(1)
3.	Perbankan Syariah yang mengungkapkan informasi mengenai <i>Corporate Social Responsibility</i> dalam <i>annual report</i> perusahaan yang bersangkutan	12
Sampel Bank Umum Syariah		12
Periode penelitian 5 tahun		5
Total sampel yang digunakan (4x5)		60

Sumber: Hasil olah data, 2024

4.2 Hasil Uji Penelitian

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Penelitian menggunakan statistik deskriptif untuk melukiskan gambaran atau memberikan deskripsi terhadap data (Ghozali, 2018). Dalam hal ini, gambaran data dapat dilihat dari angka rata-rata (*mean*), median, standar deviasi, nilai maksimal dan minimal. Teknik yang paling populer untuk menentukan nilai sentral dari sebaran data yang diteliti adalah dengan mengukur nilai rata-rata, atau mean. Nilai tengah (*median*) yaitu cara yang digunakan untuk mengukur tingkat akurasi data dari distribusi suatu data yang diteliti. Hal ini apabila nilai rata-rata lebih besar dari nilai median, maka tingkat akurasi data dapat dikatakan baik begitupun sebaliknya. Simpangan baku (*standar deviasi*) yaitu cara yang dipakai untuk mengukur tingkat penyimpangan angka data dari distribusi suatu data yang diteliti. Hal ini apabila nilai standar deviasi lebih rendah dari nilai rata-rata, maka penyebaran data dapat dikatakan merata begitupun sebaliknya. Nilai

terbesar (maksimum) yaitu cara yang digunakan untuk mengetahui nilai paling besar pada suatu perusahaan dari distribusi suatu data yang diteliti. Adapun nilai terendah (minimum) yaitu cara yang digunakan untuk mengetahui nilai paling kecil pada suatu perusahaan dari distribusi suatu data yang diteliti. Berikut hasil dari statistik deskriptif:

Tabel 4. 2
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan (Y)	60	13283000	727908440	7054631.41	13812625.47
<i>Corporate Social Responsibility (X1)</i>	60	0.38	0.78	0.6583	0.10066
Ukuran Perusahaan (X2)	60	16.55	31.08	25.1843	4.69805
Komite Audit (M)	60	3	10	3.97	1.164

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2024

Pada tabel 4.2 Hasil analisis deskriptif menggambarkan banyaknya jumlah sampel (N) yaitu 60 pengamatan yang merupakan keseluruhan total sampel pada periode penelitian tahun 2019 sampai dengan 2023. Berdasarkan hasil olah data statistik deskriptif pada tabel 4.2 diatas, alhasil dapat diasumsikan:

a) Variabel Nilai Perusahaan

Hasil analisis statistik pada variabel nilai perusahaan menunjukkan nilai minimum sebesar 13283000 terjadi pada PT Bank Aladin Syariah Tbk dan nilai maksimum sebesar 727908440 pada PT Bank Victoria Syariah. Nilai rata-rata sebesar 7054631.41 lebih kecil dari nilai standar deviasi sebesar 13812625.47 hal ini menunjukkan bahwa penyebaran

data nilai perusahaan terdistribusi tidak merata, artinya rata-rata hasil nilai perusahaan sampel tinggi.

b) Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pada variabel ini menunjukkan nilai minimum sebesar 0,38 terjadi pada PT BPD Riau Kepri Syariah dan nilai maksimum 0,78 pada PT Bank Muamalat Indonesia Tbk. Nilai rata-rata 0,6583 lebih besar dari nilai standar deviasi sebesar 0, hal ini menunjukkan bahwa penyebaran data *Corporate Social Responsibility* terdistribusi merata, artinya antara satu kumpulan data dan kumpulan data lainnya terdapat sedikit variasi.

c) Variabel Ukuran Perusahaan

Pada variabel ini menunjukkan nilai minimum sebesar 16,55 terjadi pada PT Bank BTPN Syariah Tbk dan nilai maksimum sebesar 31,08 pada PT BPD Riau Kepri Syariah. Nilai rata-rata sebesar 25,1843 lebih besar dari nilai standar deviasi sebesar 4,69805 hal ini menunjukkan penyebaran data *ukuran perusahaan* terdistribusi merata, artinya tidak terdapat perbedaan yang tinggi dari data satu dengan data yang lainnya.

d) Variabel Moderasi *Audit Committe*

Variabel komite audit menunjukkan nilai minimum sebesar 3 terjadi pada PT Bank Panin Dubai Syariah Tbk dan nilai maksimum sebesar 10 pada PT Bank Syariah Indonesia Tbk. Nilai rata-rata 3,97 lebih besar dari nilai standar deviasi 1,164 hal ini menunjukkan bahwa

penyebaran data *komite audit* terdistribusi merata, artinya tidak adanya perbedaan yang tinggi dari data satu dengan data yang lainnya.

4.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan dengan tujuan untuk menentukan apakah asumsi klasik persamaan regresi berganda dilanggar dalam penelitian sehingga dapat menghasilkan regresi yang baik. Uji asumsi klasik yang dipakai ialah uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, maupun uji autokorelasi. Hasil statistik dari masing-masing uji tersebut, yakni:

4.3.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan suatu prosedur untuk menentukan apakah variabel independan (bebas) dan variabel dependen (terikat) dalam suatu model berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan analisis *One Sample Kolmogorov-Smirnov* untuk uji normalitas. Jika nilai signifikansi suatu kumpulan data $> 0,05$ alhasil dianggap terdistribusi secara teratur atau normal. Sebaliknya, apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka data dikatakan tidak terdistribusi dengan teratur atau normal.

Tabel 4. 3 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	60
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{e,d}

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.3 hasil uji normalitas dengan menggunakan uji Kolmogrov-Smirnov, terlihat bahwa Asymp. Sig pada penelitian ini diperoleh 0,200 lebih besar dari ketentuan uji normalitas Kolmogrov-Smirnov dengan nilai $> 0,05$. Maka dari itu menunjukkan bahwa data dalam penelitian terdistribusi secara normal, maka data dapat digunakan lebih lanjut.

4.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas mencari bukti adanya korelasi antar variabel bebas (independen) dengan model regresi (Ghozali,2018). Uji multikolinearitas dilihat dengan menggunakan nilai *tolerance value* atau *Variance Inflation Factor (VIF)* dengan kriteria yaitu apabila nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$, maka dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas, sebaliknya. Data yang bagus yakni data yang tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil pengujian yakni:

Tabel 4. 4 Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Corporate Social Responsibility (X1)</i>	0.656	1.525
Ukuran Perusahaan (X2)	0.645	1.549
Komite Audit (M)	0.980	1.020

Sumber: Data Sekunder yang Dikelolah, 2024

Hasil dari pengujian multikolinearitas pada tabel 4.2 menunjukkan bahwa seluruh variabel yang digunakan memiliki nilai tolerance $> 0,10$ dan $VIF < 10$ maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini

tidak terjadi gejala multikolinearitas, sehingga data ini dapat digunakan dan layak untuk analisis selanjutnya.

4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menentukan apakah residu suatu observasi berbeda variannya dengan observasi lain dalam model regresi. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas (variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap). Uji Glejser digunakan dalam penyelidikan ini untuk memastikan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas. Pengujian ini dilakukan dengan melihat koefisien signifikan yang telah ditetapkan yaitu 5% (0,05). Jika tingkat signifikansi > 0,05 maka dapat dikatakan tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas, yakni:

Tabel 4. 5 Uji Heteroskedastisitas

<i>Variabel</i>	<i>Sig</i>
<i>Corporate Social Responsibility (X1)</i>	0.156
Ukuran Perusahaan (X2)	0.169
Komite Audit (M)	0.101

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa semua variabel memiliki nilai signifikansi > 0,05. Berdasarkan temuan, dapat dikatakan bahwa semua variabel yang diuji menggunakan uji glejser menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas sehingga penelitian ini dapat dinyatakan lolos.

4.3.4 Uji Autokorelasi

Tujuan uji autokorelasi untuk mengetahui apakah kesalahan sisa periode sekarang dan kesalahan sisa periode selanjutnya berkorelasi dalam model regresi linier. Jika terdapat korelasi, alhasil dikatakan ada masalah autokorelasi (Ghozali, 2018). Penelitian ini menggunakan uji Durbin Watson dengan kriteria mengambil keputusan $dU < d < 4-dU$ yang dapat dilihat hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. 6 Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1.967

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2024

Berdasarkan dari hasil uji autokorelasi, nilai durbin watson yang dihasilkan sebesar 1,967 lebih besar dari nilai d_U 1,651 dan kurang dari $4 - d_U$ (1,651 < 1,967 < 2,349). Sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah autokorelasi pada model regresi dalam penelitian ini.

4.4 Uji Analisis Regresi

4.4.1 Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dipakai dalam melihat seberapa besar pengaruh antar variabel independen terhadap variabel dependen, juga menunjukkan arah hubungan antar variabel dependen dengan variabel independen (Ghozali, 2018). Berikut merupakan hasil pengujian analisis regresi linier berganda.

Tabel 4. 7 Model Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	245291615.219	40638284.562	6.036	0.000
	<i>Corporate Social Responsibility</i> (X1)	185277966.521	35832414.683	5.171	0.000
	Ukuran Perusahaan (X2)	4962397.493	773894.770	6.412	0.000

Sumber: Data Sekunder diolah, 2024

Dari hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 4.17, maka model persamaan regresi linier berganda yang dikembangkan yakni:

$$Y = 245291615.219 + 185277966.521 X_1 + 4962397.493 X_2$$

Keterangan:

Y : Nilai atau angka Perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X^1 : *Corporate Social Responsibility*

X^2 : Ukuran Perusahaan

ϵ : Faktor pengganggu

Dari model persamaan regresi linier berganda tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Dari persamaan regresi diatas dapat dijelaskan nilai konstanta bernilai positif 245291615.219, hal ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan dan Komite Audit bernilai 245291615.219.

2. Nilai koefisien *Corporate Social Responsibility* sebesar 185277966,521 bertanda positif, artinya jika *Corporate Social Responsibility* (X1) naik satu satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan (Y) sebesar 185277966,521 dengan asumsi variabel independen lainnya pasti.
3. Nilai koefisien Ukuran Perusahaan sebesar 4962397,493 bernilai positif, artinya apabila Ukuran Perusahaan (X2) naik satu satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan (Y) sebesar 4962397,493 dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.

4.4.2 Uji Analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA)

Tujuan pengujian MRA (*Moderated Regression Analysis*) yaitu untuk memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel (Ghozali, 2018). Menguji regresi menggunakan variabel moderating dengan uji interaksi dan MRA dengan cara melakukan perkalian 2 atau melebihi variabel independen.



Tabel 4. 8
Hasil Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	2.147E+14	3.877E+13	5.537	0.000
	<i>Corporate Social Responsibility (X1)</i>	2.676E+12	6.341E+13	4.220	0.000
	Ukuran Perusahaan (X2)	1.031E+12	2.155E+12	0.479	0.034
	<i>Corporate Social Responsibility*Komite Audit (X1.M)</i>	-2.456E+13	1.559E+13	-1.576	0.121
	Ukuran Perusahaan*Komite Audit (X2.M)	9.377E+11	4.801E+11	1.953	0.046

Sumber: Data Sekunder diolah, 2024

Berdasarkan hasil uji regresi MRA (*Moderated Regression Analysis*) pada tabel 4.8 diatas maka dapat dianalisis:

$$Y = 2.147E+14 + 2.676E+12 X_1 + 1.031E+12 X_2 + (-2.456E+13) X_1.X_3 + 9.377E+11 X_2.X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Nilai Perusahaan

α : Konstanta

β : Koefisien regresi

X^1 : *Corporate Social Responsibility*

X^2 : Ukuran Perusahaaan

M : Komite Audit

$X^1.M$: Interaksi *Corporate Social Responsibility* terhadap komite audit.

$X^2.M$: Interaksi ukuran perusahaan terhadap komite audit.

Berdasarkan hasil model persamaan regresi linier MRA (*Moderated Regression Analysis*) pada tabel 4.8, maka dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta dalam persamaan regresi linier MRA memiliki nilai positif sebesar $2.147E+14$, hal ini menunjukkan semua variabel independen (*Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, $X^1.M$ dan $X^2.M$) dianggap konstan, maka besarnya nilai perusahaan sebesar $2.147E+14$.
2. Nilai koefisien *Corporate Social Responsibility* $2.676E+12$ bernilai positif, artinya apabila *Corporate Social Responsibility* (X_1) naik satu satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan (Y) sebesar $2.676E+12$ dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
3. Nilai koefisien Ukuran Perusahaan sebesar $1.031E+12$ bernilai positif, artinya apabila Ukuran Perusahaan (X_2) naik satu satuan maka akan menaikkan nilai perusahaan (Y) sebesar $1.031E+12$ dengan asumsi variabel independen lainnya tetap.
4. Nilai koefisien regresi variabel interaksi *Corporate Social Responsibility* dan komite audit ($X^1.M$) sebesar $-2.456E+13$ bertanda negatif. Hasilnya menunjukkan bahwa jika $X^1.M$ sama dengan satu maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar $-2.456E+13$ satuan sedangkan seluruh variabel independen lainnya diasumsikan konstan.
5. Nilai koefisien regresi variabel interaksi ukuran perusahaan dan komite audit ($X^2.M$) sebesar $9.377E+11$ bertanda positif. Hasilnya

menunjukkan bahwa apabila $X^2.M$ sama dengan satu maka nilai perusahaan mengalami peningkatan sebesar $9.377E+11$ satuan sedangkan seluruh variabel independen lainnya diasumsikan konstan.

4.5 Uji Goodness of Fit

Uji ini digunakan untuk mengurangi efektivitas fungsi regresi sampel dalam memperkirakan nilai saat ini. Dari statistik uji ini dapat dilakukan melalui pengukuran dan nilai statistik t, nilai statistik F, koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) (Ghozali, 2018).

4.5.1 Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dipakai untuk mengetahui apakah variabel independen yang dimasukkan dalam suatu model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan (Ghozali, 2018). Tujuan dilakukannya uji simultan untuk mengetahui secara keseluruhan apakah model tersebut layak atau tidak. Dengan ketentuan apabila $p \text{ value} > \alpha = 0,05$.

Tabel 4. 9 Uji Signifikansi Simultan (statistik F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.772	5	2.554	731.448	.000 ^b
	Residual	0.049	14	.003		
	Total	12.821	19			

Sumber: Data Sekunder diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil pengolahan data uji signifikansi simultan (uji F) didapatkan hasil F hitung 12.630 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ maka hal tersebut berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (X1), Ukuran

Perusahaan (X2) dan Komite Audit (M) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu pendapatan perusahaan.

4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dipakai untuk mengurangi beberapa keterbatasan model dalam menyajikan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol sampai dengan satu. Nilai R^2 yang rendah menunjukkan bahwa variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel-variabel dependen memiliki kapasitas sangat kecil. Sedangkan nilai R^2 yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen hampir memberikan keseluruhan informasi yang diperlukan dalam memprediksi variabel-variabel dependen. Dari hal tersebut dapat disimpulkan $R^2 = 0$ berarti tidak ada hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, adapun $R^2 = 1$ berarti suatu hubungan yang sempurna antara variabel independen dan variabel dependen.

Tabel 4. 10 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.692 ^a	0.579	0.541	21915591.55

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.10 hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R^2 (*Adjusted R Square*) sebesar 0,541 atau 54,1%. Hal ini berarti variabel *Corporate Social Responsibility* (X1), Ukuran Perusahaan (X2) dan Komite Audit (M) secara keseluruhan berpengaruh

terhadap nilai perusahaan sebesar 54,1%. Sedangkan sisanya 45,9 (100% - 54,1%) dijelaskan oleh variabel–variabel lain diluar penelitian.

4.6 Pengujian Hipotesis

4.6.1 Uji Signifikan Parameter Individual (Uji Statistik t)

Dengan mengasumsikan bahwa semua variabel lain tetap konstan, uji statistik t berupaya menilai dampak parsial variabel independen terhadap variabel dependen (Ghozali, 2018). Kriteria pengambilan keputusan adalah jika tingkat signifikan $< 0,05$ maka variabel independen dan dependen mempunyai pengaruh yang cukup besar satu sama lain, sebaliknya. Berikut temuan pengujian hipotesis penelitian ini:

Tabel 4. 11 Uji Statistik t

Model	B	Sig.	Hasil	Keterangan
<i>Corporate Social Responsibility (X1)</i>	0.919	0.000	Positif signifikan	Hipotesis diterima
Ukuran Perusahaan (X2)	0.165	0.034	Positif signifikan	Hipotesis diterima
<i>Corporate Social Responsibility</i> *Komite Audit (X1.M)	-0.765	0.121	Negatif tidak signifikan	Hipotesis ditolak
<i>Ukuran perusahaan</i> *Komite Audit (X2.M)	0.972	0.046	Positif signifikan	Hipotesis diterima

Sumber: Data Sekunder diolah, 2024

Berdasarkan tabel 4.11 hasil uji parsial t diatas telah menunjukkan hasil perhitungannya dan dapat dilakukan interpretasikan sebagai berikut :

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4.11 diatas menggambarkan pengaruhh *Corporate Social Responsibility* (X1) terhdap nilai Perusahaan dinyatakan bahwa pengujian secara parsial *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif signifikan pada nilai atau angka perusahaan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien b 0.919, dimana nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H1) **diterima**.

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4.11 diatas menggambarkan pengaruh *ukuran perusahaan* (X2) terhadap nilai perusahaan dinyatakan bahwa pengujian secara parsial *ukuran perusahaan* berpengaruh positif signifikan pada nilai atau angka perusahaan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien b 0.165, dimana nilai signifikansi $0.034 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (H2) **diterima**.

3. *Audite Committe* memoderasi *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji parsial t pada tabel 4.11 menunjukan bahwa variabel moderasi *Audite Committe* memoderasi *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada nilai Perusahaan, hal ini dibuktikan dengan nilai koefisien b sebesar -0.765 dan nilai signifikansi $0.121 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan hipotesis H3 (**ditolak**).

4. *Audite Committe* memoderasi Ukuran perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Tabel 4.11 uji persial t menunjukkan bahwa variabel moderasi komite audit memoderasi Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan pada nilai Perusahaan, hal ini terbukti dengan nilai koefisien b sebesar 0.972 dan nilai signifikansi $0.046 < 0.05$, sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis H4 (**diterima**).

4.7 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian penelitian diatas mengenai *Corporate Social Responsibility* (CSR), Ukuran perusahaan dan *Audite Commite* ada terhadap nilai perusahaan ada yang berpengaruh ada yang tidak berpengaruh bagi Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2019-2023, diperoleh hasil penelitian dalam pembahasan sebagai berikut :

4.7.1 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan pada Nilai Perusahaan pada Bank Umum Syariah Indonesia yang terdaftar di OJK periode 2019-2023 hal ini dapat terbukti nilai koefisien unstandardized B sebesar 0.919, dimana nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (h1) **diterima**. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yg dilakukan oleh Rafika Sari, (2019) dan Murnita et al., (2018) yang menyatakan bahwa bahwa *Corporate Social Responsibility*

(CSR) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap nilai perusahaan. Eda hal dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuryana & Bhebhe, (2019) menjelaskan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan penelitian yang dilakukan oleh Murnita et al., (2018) Corporate Social Responsibility berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Hasil temuan penelitian ini menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan meningkatkan nilai perusahaan. Semakin tinggi Tingkat pengungkapan CSR maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan yang mengungkapkan CSR dianggap sangat berperan penting dalam meningkatkan nilai Perusahaan karena CSR merupakan realisasi pertanggung jawaban sebuah Perusahaan yang bertujuan untuk memperbaiki dampak yang ditimbulkan oleh kegiatan operasional Perusahaan terhadap sosial dan lingkungan. Pengungkapan CSR yang transparan dan lengkap dapat berfungsi sebagai sinyal kepercayaan kepada pasar dan pemangku kepentingan bahwa perusahaan tersebut memiliki integritas dan tanggung jawab sosial yang baik. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan, yang dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.

4.7.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Hasil pengujian yang telah dilaksanakan menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan pada perbankan syariah indonesia yang terdaftar di OJK periode 2019-2023 hal ini terbukti dengan nilai koefisien unstandardized B sebesar 0.165, dimana

nilai signifikansi $0.034 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (h2) **diterima**. Hasil penelitian ini menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Semakin besar perusahaan akan menambah daya tarik investor untuk menanamkan sahamnya pada perusahaan tersebut, sehingga dapat meningkatkan nilai dari perusahaan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh R. Sari & Sayadi, (2020) dan Rahmantari, (2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap nilai Perusahaan. Namun, tidak selaras dengan diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Karundeng et al., (2017) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan publik bidang pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2012 – 2016.

Ukuran perusahaan yang besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut berkembang dengan baik. Ukuran perusahaan yang besar sering dinilai sebagai indikator pertumbuhan yang baik karena mencerminkan skala operasi yang besar, akses ke sumber daya yang lebih besar, keunggulan kompetitif, daya tarik untuk investor dan talenta, serta diversifikasi dan resiliensi yang lebih besar. Perusahaan yang mengalami ekspansi pesat akan lebih mudah masuk ke pasar modal karena investor menangkap sinyal yang positif terhadap perusahaan yang memiliki pertumbuhan besar sehingga respon yang positif atau menjanjikan tersebut mencerminkan meningkatnya nilai perusahaan.

4.7.3 Moderasi *Audit Committee* Pada Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa komite audit tidak memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan. Terbukti dengan nilai koefisien unstandardized b sebesar -0.765 dan nilai signifikansi $0,121 < 0,05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (h3) **ditolak**. Penelitian yang dilakukan penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Putri et., 2016) yang menyatakan bahwa komite audit tidak dapat memoderasi *Corporate Social Responsibility* sehingga tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian ini tidak selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rafika Sari, (2019) berpendapat bahwa peningkatan dampak *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai Perusahaan dapat memitigasi peningkatan jumlah komite audit.

Komite audit tidak mampu menyeimbangkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Hal ini bisa disebabkan oleh beberapa faktor, termasuk keterbatasan sumber daya, kurangnya keahlian spesifik terkait CSR, serta fokus utama komite audit yang lebih condong pada aspek keuangan dan kepatuhan daripada inisiatif sosial dan lingkungan. Komite audit sering kali lebih terlibat dalam memastikan laporan keuangan yang akurat dan mematuhi peraturan yang berlaku, sehingga aspek strategis dari CSR bisa terabaikan atau kurang mendapat perhatian yang memadai.

Manfaat CSR sering kali bersifat jangka panjang dan tidak selalu tercermin dalam laporan keuangan jangka pendek. Inisiatif CSR seperti peningkatan reputasi perusahaan, loyalitas pelanggan, dan kepuasan karyawan memerlukan waktu untuk terwujud dan sulit diukur secara kuantitatif dalam kerangka kerja audit tradisional. Komite audit, yang fokus pada hasil keuangan jangka pendek, mungkin tidak memiliki alat atau metode untuk menilai dampak jangka panjang dari CSR secara efektif. Hal ini menyebabkan kesulitan menyeimbangkan hubungan antara CSR dan nilai perusahaan, mengingat dampak positif CSR tidak selalu terlihat dalam metrik keuangan konvensional yang diawasi oleh komite audit.

4.7.4 Moderasi *Audit Committee* Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan

Temuan uji hipotesis menyatakan komite audit dapat menyeimbangkan hubungan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilainya. Perusahaan dengan komite audit yang mematuhi standart akan mengurangi asimetri informasi yang mempengaruhi perusahaan bermodal besar dan pada akhirnya akan meningkatkan nilainya. Nilai koefisiens unstandardized B menunjukkan sebesar 0.972 dan nilai signifikansi $0.046 < 0.05$ sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (h4) **diterima**. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh R. Sari & Sayadi, (2020) menyatakan bahwa jumlah *audit committee* perusahaan dapat dimoderasi dengan membandingkan ukuran perusahaan dengan nilainya. Namun penelitian ini tidak sejalan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Novari, 2016)

menyatakan bahwa *audite committe* dapat memoderasi ukuran perusahaan dan dinyatakan berhubungan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Ukuran perusahaan yang besar cenderung menunjukkan skala operasi yang lebih besar, akses ke sumber daya lebih besar, dan diversifikasi yang lebih luas, yang semuanya dapat berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan. Namun, keberadaan komite audit dapat memoderasi pengaruh ini dengan memastikan bahwa pengelolaan risiko dan kepatuhan terhadap standar akuntansi dan pelaporan keuangan dilakukan secara efektif dalam perusahaan yang lebih besar. Komite audit yang kuat dan efektif dapat membantu mengelola risiko-risiko yang terkait dengan ukuran perusahaan yang besar, memastikan transparansi dan akuntabilitas, serta meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap perusahaan, yang pada akhirnya dapat memperkuat nilai perusahaan secara keseluruhan.

Ukuran perusahaan yang besar dapat dianggap sebagai sinyal positif tentang kualitas dan keberhasilan perusahaan berdasarkan teori sinyal. Keberadaan komite audit dapat dinyatakan sebagai sinyal tambahan bahwa perusahaan tersebut memiliki sistem pengawasan kuat dan transparansi dalam pelaporan keuangan, yang dapat menambah nilai perusahaan secara signifikan. Dengan demikian, komite audit dapat menyeimbangkan hubungan antara ukuran perusahaan dan nilai perusahaan dengan memberikan sinyal tambahan tentang kualitas dan kinerja perusahaan kepada pasar dan pemangku kepentingan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Menemukan bukti empiris Mengenai Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan *Audit Committee* Sebagai Variabel Moderasi untuk perusahaan bank umum syariah pada periode 2019-2023 menjadi tujuan penelitian ini. Analisis data dilakukan dengan menggunakan software statistik dan produk hand servissolution (SPSS 25) terhadap 60 sample perusahaan menggunakan metode analisis regresi linier berganda berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah di lakukan maka dapat ditarik kesimpulan bahwa :

1. *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis pertama (H1) diterima karena kondisi perusahaan dengan tingkat tanggung jawab sosial yang baik lebih mampu untuk bersaing karena perusahaan yang baik tidak hanya dituntut untuk menghasilkan keuntungan yang besar, tetapi juga memiliki rasa kepedulian terhadap lingkungan dan masyarakat. Semakin baik tingkat CSR perusahaan, maka semakin meningkatkan sinyal bagi investor dan stakeholder sehingga akan berdampak pada nilai perusahaan. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dapat lebih kompetitif karena perusahaan yang baik itu tidak hanya mengharapkan keuntungan atau manfaat yang besar namun juga peduli terhadap lingkungan dan masyarakat. Semakin tinggi tingkat CSR suatu perusahaan, maka semakin

besar pula efek sinyal yang diberikan kepada investor dan pemangku kepentingan, sehingga berdampak pada nilai perusahaan.

2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan dan hipotesis (h2) diterima karena Pertumbuhan perusahaan dapat ditentukan besar kecilnya aset yang dimiliki, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva (Abidin & Lestari, 2019). Semakin besar total aset, semakin baik pula teknologi dan sistem yang digunakan untuk meningkatkan kinerja perusahaan serta semakin besar juga perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba (Abidin & Lestari, 2019). Hal itu menjadi peningkatan nilai perusahaan dan mendapat respon positif dari investor.
3. Moderasi Audit Committee di Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (h3) **ditolak**. Hal ini disebabkan karena jika perusahaan yang *audit committee* patuh akan mengungkapkan CSR yang lebih besar dan berdampak pada perusahaan akan meningkat.
4. Variabel moderasi *Auditte Committe* terhadap ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan sehingga dapat dinyatakan bahwa hipotesis (h4) **diterima**. Ini adalah akibat dari jika perusahaan memiliki *audit committee* sesuai dengan yang dibutuhkan perusahaan tersebut maka ukuran perusahaan dapat berpengaruh pada nilai

perusahaan karena makin besar ukuran suatu perusahaan, perusahaan akan semakin mudah mendapatkan sumber pendanaan baik

5.2 Keterbatasan Penelitian

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan masih terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian diantaranya :

1. Penelitian ini hanya mengambil sampel pada perbankan umum syariah periode 2019-2023 di Otoritas Jasa Keuangan (OJK). Selanjutnya akan diperoleh hasil yang berbeda jika dilakukan penelitian dengan sampel pada perusahaan yang berbeda dengan tahun yang berbeda.
2. Penilaian dalam penelitian ini dapat bersifat subjektif oleh peneliti sehingga dapat terjadi perbedaan skor antara peneliti satu dengan peneliti lainnya.

5.3 Saran

Berdasarkan keterbatasan diperoleh saran sebagai berikut :

1. Bagi akademisi

Hasil penelitian berdasarkan *Adjusted R-Square* yang rendah yaitu 54,1% yg berarti masih ada 45,9% variabel diluar penelitian yg mempengaruhi nilai perusahaan. Maka dari itu, untuk melakukan penelitian berikutnya disarankan agar menambah variabel independen yang secara signifikan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, salah satunya yakni dengan menambah variabel manajemen laba. Manajemen laba adalah suatu tindakan atau upaya manajer untuk menurunkan, meratakan, dan menaikkan laporan laba perusahaan sesuai dengan yang dikehendaki oleh manajemen.

Hal tersebut tentu merugikan pihak stakeholder untuk mengambil keputusan karena informasi laba yang didapatkan tidak menyatakan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Dengan demikian semakin baik manajemen laba suatu perusahaan maka akan semakin baik juga terhadap nilai perusahaan dalam pengungkapan laporan keuangannya.

2. Bagi praktisi

- a. Bagi Perbankan Umum Syariah sebaiknya mengatur item aktivitas *Corporate Social Responsibility* (CSR) secara lebih detail agar perusahaan dapat memenuhi kegiatan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat.
- b. Bagi perusahaan sebaiknya lebih variatif dengan menambah item-item baru yang dapat mengungkapkan peningkatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam mengungkapkan kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan tanggung jawab perusahaan selain itu jg harus memperhatikan manfaat kegiatan tersebut bagi stakeholders.
- c. Bagi investor informasi terkait nilai perusahaan dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi investor untuk mengukur seberapa besar tanggung jawab perusahaan pada lingkungan. Informasi pengungkapan nilai perusahaan merupakan salah satu indikator bagi investor dalam menilai kepedulian perusahaan terhadap para stakeholder.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurachman, A., & Gustyana, T. T. (2019). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Economic Value Added (Eva) Dan Market Value Added (Mva). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 107–111.
- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2014-2018). *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 48–57.
- Adamolekun, W., & Olatunji, R. (2021). *Social responsibility and sustainability development*. Malthouse Press.
- Andini, R., Andika, A. D., & Pranaditya, A. (2022). Analisa Pengaruh Kepemilikan Institusional, Proporsi Dewan Komisaris Independen, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 2, 1–13.
- Andriani, S., & Subardjo, A. (2017). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(5), 1850–1864.
- Anita, A., & Anggreni, D. (2021). Kinerja Perusahaan: Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Pendapatan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 19(2), 183.
- Appuhami, R., & Tashakor, S. (2017). The Impact of Audit Committee Characteristics on CSR Disclosure: An Analysis of Australian Firms. *Australian Accounting Review*, 27(4), 400–420.
- Ariswari, P. M. A., & Damayanthi, I. G. A. E. (2019). I Gst Ayu Eka Damayanthi 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 29(2), 833–853.
- Armika, A. A. A. M., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(1), 80–107.
- Aulia Triana Zuhrotun. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Berdasarkan Indikator Global Reporting Initiative (GRI) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. 8(1), 16–31.

- Badingatus, S., & Adistya, K. (2020). Kualitas Pengungkapan CSR Pada Perusahaan LQ45 Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Universitas Negeri Semarang*, 2(1), 1–19.
- Danilwan, Y., Isnaini, D. B. Y., Pratama, I., & Dirhamsyah. (2020). Inducing Organizational Citizenship Behavior Through Green Human Resource Management Bundle: Drawing Implications For Environmentally Sustainable Performance. A Case Study. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10, 39–52.
- Darmastika, Rady, Wayan, Ir., & Dwi, N. M. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 362.
- Dewi, N. K. D. S., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komite Audit, Profil Perusahaan, dan Rasio Aktivitas Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 173–184.
- Faliza, N., Adam, M., Basri, H., & Shabri Abd. Madjid, M. (2019). Corporate Social Responsibility in Islamic and Conventional View: A Theoretical Approach. *KnE Social Sciences*, 3(14), 440.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holiawati, Melani Rizky, A., & Ruhayat, E. (2022). Corporate Social Responsibility, Konservatisme Akuntansi, Timeliness dan Earning Rensponse Coefficient dengan Leverage sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 5(1), 107–121.
- Irwansyah, I., Lestari Ginting, Y., Kusumawardani, A., & Erdiyanti, J. (2018). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, and Firm Value: The Moderating Role of Profitability*. 35(Miceb 2017), 213–218.
- Istikharoh, S., & Shodiq, M. J. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan Proporsi Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018). *Konfrensi Ilmiah Mahasiswa*, 22, 922–943.
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Herman Karamoy. (2017). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 1–10.

- Korniasari, S., & Adi, S. W. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).
- Kurniawan, N., & Mawardi, W. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2011-2015).
- Kusuma, R. A. W., & Priantinah, D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi Dan Konvensional Periode 2014-2016.
- Laksmi, D. A., & Narsa, N. P. D. R. H. (2021). Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, and Tax Aggresiveness: Evidence from Indonesia. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 13(2), 132–143.
- Lastanti, H. S., & Salim, N. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 27–40.
- Masruroh, I. I., Utami, S. S., & Indriastuti, D. R. (2021). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2019.
- Murnita, M., Elia, P., Putra, D., & Pande, I. M. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1470.
- Musallam, S. R. M. (2018). The direct and indirect effect of the existence of risk management on the relationship between audit committee and corporate social responsibility disclosure. *Benchmarking*, 25(9), 4125–4138.
- Natalia, M., Christy, Y., & Gunawan, Y. (2019). Corporate Social Responsibility Disclosure, Media Attention, Woman on Board, and Firm Value. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(2), 189–198.
- Nurhaliza Shifa. (2021). *Jadi Negara Muslim Terbesar, Sektor Syariah Indonesia Berpotensi Terbesar di Dunia*.
- Nuryana, I., & Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 142–146.
- OJK. (2016). *POJK No 55 /POJK.04/2015 Tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit*. 1–14.

- Olabode, O. O., & Chidozie, F. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR), Organisational Support and Employee Engagement: Case Study Approach. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 8, 61–70.
- Parengkuan, W. E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB – UNSRAT.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–12.
- Pristina, F. A., & Khairunnisa. (2019). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen , Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan.
- Pudjianti, F. N., & Ghozali, I. (2021). Pengaruh karakteristik komite audit terhadap pengungkapan CSR dengan keberadaan manajemen risiko sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10, 1–13.
- Rafika Sari. (2019). Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri*, 10(2).
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Restu, M., Yuliandari, W. S., & Annisa Nurbaiti. (2017). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Proporsi Dewan Komisaris Independen dan Ukuran Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016).
- Rivandi, M., & Putra, A. H. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris dan Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan High Profile di Bursa Efek Indonesia).
- Sari, K. C., & Azizah, D. F. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Sektor Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)*.
- Sari, R. (2019). Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 119–123.

- Sari, R., & Sayadi, M. H. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Komite Audit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 115.
- Sayidah, N., & Adiraya, I. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas Dan Opini Auditor Terhadap Audit Delay. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 2(2).
- Setiawan, E. M., & Ridaryanto, P. (2022). Analisis Pengaruh Efektifitas Dewan Komisaris Dan Komite Audit Terhadap Kualitas Sustainability Report.
- Sudarsono, & Harahap, A. S. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyadi, Sulistiyo, A. B., & Roziq, A. (2019). Influence Disclosure Of Sustainability Report And Company Size On Dividend Policy And Company Value With Profitability As Intervening Variables.
- Tobing, R. A., Zuhrotun, Z., & Ruserlistyani, R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
- Widianingsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, serta Komite Audit pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(1), 38.
- Widyastari, N. K. W., & Sari, M. M. R. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan kepemilikan asing pada pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 1826.
- Abdurachman, A., & Gustyana, T. T. (2019). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Economic Value Added (Eva) Dan Market Value Added (Mva). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 107–111.
- Abidin, J., & Lestari, S. A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Ukuran Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar Pada BEI Tahun 2014-2018). *Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(1), 48–57.

- Adamolekun, W., & Olatunji, R. (2021). *Social responsibility and sustainability development*. Malthouse Press.
- Andini, R., Andika, A. D., & Pranaditya, A. (2022). Analisa Pengaruh Kepemilikan Institusional, Proporsi Dewan Komisaris Independen, Dan Profitabilitas Terhadap Penghindaran Pajak Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 2, 1–13.
- Andriani, S., & Subardjo, A. (2017). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan csr sebagai variabel moderasi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 6(5), 1850–1864.
- Anita, A., & Anggreni, D. (2021). Kinerja Perusahaan: Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Pertumbuhan Pendapatan. *Jurnal Akuntansi Bisnis*, 19(2), 183.
- Appuhami, R., & Tashakor, S. (2017). The Impact of Audit Committee Characteristics on CSR Disclosure: An Analysis of Australian Firms. *Australian Accounting Review*, 27(4), 400–420.
- Ariswari, P. M. A., & Damayanthi, I. G. A. E. (2019). I Gst Ayu Eka Damayanthi 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Indonesia. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 29(2), 833–853.
- Armika, A. A. A. M., & Suryanawa, I. K. (2018). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Pada Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 22(1), 80–107.
- Aulia Triana Zuhrotun. (2018). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Berdasarkan Indikator Global Reporting Initiative (GRI) Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*. 8(1), 16–31.
- Badingatus, S., & Adistya, K. (2020). Kualitas Pengungkapan CSR Pada Perusahaan LQ45 Dan Faktor Yang Mempengaruhinya. *Universitas Negeri Semarang*, 2(1), 1–19.
- Danilwan, Y., Isnaini, D. B. Y., Pratama, I., & Dirhamsyah. (2020). Inducing Organizational Citizenship Behavior Through Green Human Resource Management Bundle: Drawing Implications For Environmentally Sustainable Performance. A Case Study. *Journal of Security and Sustainability Issues*, 10, 39–52.
- Darmastika, Rady, Wayan, Ir., & Dwi, N. M. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan Dengan

Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Moderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 362.

- Dewi, N. K. D. S., Merawati, L. K., & Tandio, D. R. (2021). Pengaruh Struktur Kepemilikan, Komite Audit, Profil Perusahaan, dan Rasio Aktivitas Terhadap Pengungkapan CSR. *Jurnal Kharisma*, 3(1), 173–184.
- Faliza, N., Adam, M., Basri, H., & Shabri Abd. Madjid, M. (2019). Corporate Social Responsibility in Islamic and Conventional View: A Theoretical Approach. *KnE Social Sciences*, 3(14), 440.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Holiawati, Melani Rizky, A., & Ruhayat, E. (2022). Corporate Social Responsibility, Konservatisme Akuntansi, Timeliness dan Earning Response Coefficient dengan Leverage sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia*, 5(1), 107–121.
- Irwansyah, I., Lestari Ginting, Y., Kusumawardani, A., & Erdiyanti, J. (2018). *Corporate Social Responsibility Disclosure, Leverage, and Firm Value: The Moderating Role of Profitability*. 35(Miceb 2017), 213–218.
- Istikharoh, S., & Shodiq, M. J. (2020). Pengaruh Struktur Modal Dan Proporsi Dewan Komisaris Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2016-2018). *Konfrensi Ilmiah Mahasiswa*, 22, 922–943.
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Herman Karamoy. (2017). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 1–10.
- Korniasari, S., & Adi, S. W. (2021). Pengaruh Pertumbuhan Perusahaan, Ukuran Perusahaan, Leverage, dan Kepemilikan Saham Publik Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR).
- Kurniawan, N., & Mawardi, W. (2017). Analisis Pengaruh Profitabilitas Keputusan Investasi Keputusan Pendanaan Dan Kebijakan Dividen Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index Tahun 2011-2015).

- Kusuma, R. A. W., & Priantinah, D. (2018). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Yang Bergabung Di Issi Dan Konvensional Periode 2014-2016.
- Laksmi, D. A., & Narsa, N. P. D. R. H. (2021). Corporate Social Responsibility, Capital Intensity, and Tax Aggresiveness: Evidence from Indonesia. *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 13(2), 132–143.
- Lastanti, H. S., & Salim, N. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 5(1), 27–40.
- Masruroh, I. I., Utami, S. S., & Indriastuti, D. R. (2021). Analisis Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Perusahaan Perbankan Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 – 2019.
- Murnita, M., Elia, P., Putra, D., & Pande, I. M. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1470.
- Musallam, S. R. M. (2018). The direct and indirect effect of the existence of risk management on the relationship between audit committee and corporate social responsibility disclosure. *Benchmarking*, 25(9), 4125–4138.
- Natalia, M., Christy, Y., & Gunawan, Y. (2019). Corporate Social Responsibility Disclosure, Media Attention, Woman on Board, and Firm Value. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(2), 189–198.
- Nurhaliza Shifa. (2021). *Jadi Negara Muslim Terbesar, Sektor Syariah Indonesia Berpotensi Terbesar di Dunia*.
- Nuryana, I., & Bhebhe, E. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *AFRE (Accounting and Financial Review)*, 2(2), 142–146.
- OJK. (2016). *POJK No 55 /POJK.04/2015 Tentang Pembentukan Dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit*. 1–14.
- Olabode, O. O., & Chidozie, F. (2022). Corporate Social Responsibility (CSR), Organisational Support and Employee Engagement: Case Study Approach. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis: Jurnal Program Studi Akuntansi*, 8, 61–70.

- Parengkuan, W. E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Melalui Pojok Bursa FEB – UNSRAT.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–12.
- Pristina, F. A., & Khairunnisa. (2019). Analisis Pengaruh Kebijakan Dividen , Keputusan Investasi Dan Keputusan Pendanaan Terhadap Nilai Perusahaan.
- Pudjianti, F. N., & Ghozali, I. (2021). Pengaruh karakteristik komite audit terhadap pengungkapan CSR dengan keberadaan manajemen risiko sebagai variabel intervening. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10, 1–13.
- Rafika Sari. (2019). Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Indo Global Mandiri*, 10(2).
- Rahmantari, N. L. L. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Ukuran Perusahaan Dan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.
- Restu, M., Yuliandari, W. S., & Annisa Nurbaiti. (2017). Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris, Proporsi Dewan Komisaris Independen dan Ukuran Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Perusahaan BUMN yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2016).
- Rivandi, M., & Putra, A. H. (2019). Pengaruh Dewan Komisaris dan Komite Audit terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris Perusahaan High Profile di Bursa Efek Indonesia).
- Sari, K. C., & Azizah, D. F. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Sektor Agrikultur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018)*.
- Sari, R. (2019). Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 10(2), 119–123.
- Sari, R., & Sayadi, M. H. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Moderasi Komite Audit. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 11(2), 115.

- Sayidah, N., & Adiraya, I. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Solvabilitas Dan Opini Auditor Terhadap Audit Delay. *Jurnal Analisa Akuntansi Dan Perpajakan*, 2(2).
- Setiawan, E. M., & Ridaryanto, P. (2022). Analisis Pengaruh Efektifitas Dewan Komisaris Dan Komite Audit Terhadap Kualitas Sustainability Report.
- Sudarsono, & Harahap, A. S. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderating.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Supriyadi, Sulistiyo, A. B., & Roziq, A. (2019). Influence Disclosure Of Sustainability Report And Company Size On Dividend Policy And Company Value With Profitability As Intervening Variables.
- Tobing, R. A., Zuhrotun, Z., & Ruserlistyani, R. (2019). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, dan Good Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Sustainability Report pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia.
- Widianingsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, serta Komite Audit pada Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(1), 38.
- Widyastari, N. K. W., & Sari, M. M. R. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, proporsi dewan komisaris independen, dan kepemilikan asing pada pengungkapan corporate social responsibility. *E-Jurnal Akuntansi*, 22, 1826.