

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN KOMITE AUDIT SEBAGAI VARIABEL MODERASI (STUDI EMPIRIS PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2019-2021)

Victoria Octalisa Gunawan

Universitas Widya Kartika, Indonesia

victoriaoctalisa9@gmail.com

Melvie Paramitha

Universitas Widya Kartika, Indonesia

melvieparamitha24@gmail.com

Abstrak

Corporate Social Responsibility merupakan bentuk tanggung jawab sosial perusahaan yang berpengaruh pada individu, masyarakat dan lingkungan. Selain itu, pengungkapan corporate social responsibility juga menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi peningkatan nilai perusahaan dan kepercayaan investor terhadap perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan dan pengaruh komite audit sebagai variabel moderasi dari corporate social responsibility dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019- 2021. Hasil penelitian yang telah dilakukan corporate social responsibility berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan variabel komite audit tidak dapat memoderasi hubungan corporate social responsibility dengan nilai perusahaan.

Kata kunci: *corporate social responsibility, Nilai Perusahaan, Komite Audit, Moderasi, Partial Least Square.*

Abstract

Corporate Social Responsibility is a form of corporate social responsibility that affects individuals, society and the environment. In addition, the disclosure of corporate social responsibility is also one of the factors that influence the increase in company value and investor confidence in the company. The purpose of this study was to determine the effect of corporate social responsibility on company value and the effect of the audit committee as a moderating variable on corporate social responsibility and corporate value in manufacturing companies listed on the IDX in 2019-2021. The results of research that has been carried out by corporate social responsibility have a negative effect on company value. Meanwhile, the audit committee variable cannot moderate the relationship between corporate social responsibility and company value.

Keywords: *corporate social responsibility, firm value, audit committee, moderation, Partial Least Square.*

1. PENDAHULUAN

Semakin banyak industri yang berdiri saat ini, semakin banyak pula kasus pencemaran lingkungan yang terjadi. Hal tersebut dikarenakan adanya pihak yang tidak bertanggung jawab terhadap limbah yang dihasilkan dari kegiatan produksi. Tim Ekspedisi Sungai Nusantara (ESN) 2022 telah melakukan uji kandungan mikroplastik di 68 sungai strategis nasional, dengan hasil sungai di 5 provinsi di Indonesia terkontaminasi mikroplastik tertinggi. Sungai Brantas di Jawa Timur menjadi sungai yang

paling tinggi kontaminasi mikroplastiknya dengan persentase mikroplastik sebanyak 636 partikel/100 liter. Hal tersebut diakibatkan dari pembuangan limbah cair industri yang dibuang ke sungai. Oleh karena itu pemerintah menekankan kepada pelaku industri untuk menjalankan tanggung jawabnya kepada lingkungan. *Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu bentuk tanggung jawab sosial atas semua tindakan perusahaan yang berdampak pada individu, masyarakat, dan lingkungan tempat perusahaan itu

beroperasi (Clutterbuck et al,1992). *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap sosial ataupun lingkungan sekitar perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, menjaga lingkungan, atau kegiatan sosial lainnya. Jika perusahaan melaksanakan tanggung jawabnya kepada lingkungan sekitar, perusahaan tersebut juga sedang membangun reputasi yang baik bagi perusahaan. reputasi perusahaan dapat mempengaruhi minat investor dalam berinvestasi. Menurut Agustina, Nurmallasari, dan Astuty (2023) tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menciptakan citra dan reputasi yang baik bagi suatu perusahaan dan memiliki dampak yang signifikan terhadap pengambilan keputusan investor. Banyak perusahaan yang telah melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terutama perusahaan yang telah go public, karena *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan utama para pemilik perusahaan karena menunjukkan keberhasilan pemegang saham dalam mencapai kemakmuran. Kualitas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh jumlah anggota komite audit yang terlibat, dimana semakin banyak anggota komite audit akan mengurangi independensi komite audit. (Sari, 2019). Selain itu penelitian lain yang telah dilakukan oleh Puspitasari dan Ermayanti (2019) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR maka semakin tinggi pula nilai perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti mengangkat judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*

Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode Tahun 2019-2021)”.

2. TINJAUAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS *Legitimacy Theory*

Legitimacy Theory merupakan batasan atau norma yang ada di masyarakat sekitar dan harus diterapkan oleh organisasi dalam menjalankan aktivitas. Dalam teori ini, masyarakat dan organisasi memiliki hubungan sosial yang sangat erat karena keduanya terikat oleh kontrak sosial. Organisasi merupakan karya ciptaan sosial yang berkelanjutannya tergantung pada izin masyarakat untuk beroperasi.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan komitmen berkelanjutan dari dunia usaha untuk mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan dengan memberikan kontribusi kepada masyarakat luas melalui program-program yang berdampak positif. Menurut Haniffa dalam Labetubun,dkk. (2022) rumus perhitungan *CSR Index* sebagai berikut :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{N_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$ = *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan j

N_j = Jumlah item-item untuk perusahaan j, $n_j = <78$

X_{ij} = Dummy variabel, 1 = jika item i diungkapkan, 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan yang berkaitan dengan harga saham merupakan penilaian investor tentang seberapa sukses manajemen telah menggunakan sumber daya perusahaan. Peningkatan

harga saham yang mengindikasikan peningkatan kekayaan pemegang saham akan terjadi setelah peningkatan nilai perusahaan. Seorang manajer dapat menggunakan nilai perusahaan sebagai tolak ukur untuk menilai tingkat prestasi kerja yang telah dicapai. Nilai perusahaan dapat diukur menggunakan Tobin's Q yang telah dikembangkan oleh Smithers dan Wright (2007) :

$$\text{Tobin's Q} = \frac{(\text{EMV} + \text{D})}{(\text{EBV} + \text{D})}$$

Keterangan :

EMV = Nilai pasar ekuitas saham

D = Total hutang

EBV = Total aktiva

Komite Audit

Komite audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris, yang anggotanya terdiri dari komisaris independen dan pihak eksternal yang tidak memiliki jabatan manajemen di perusahaan, yang tujuannya untuk meningkatkan kinerja direksi perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan corporate social responsibility sebagai variabel independen yang diukur berdasarkan kriteria Surat Edaran Otoritas Jasa Keuangan (SEOJK) Nomor 30/SEOJK.04/2016 tentang Bentuk dan Isi Laporan Tahunan pasal 2h mencantumkan 19 item pengungkapan, dan diproksi dengan CSR Indeks. Nilai perusahaan sebagai variabel dependen yang diukur dengan Tobin's Q, dan komite audit sebagai variabel moderasi yang diukur dengan jumlah anggota komite audit. Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini, data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan tahunan yang diambil dari website www.idx.co.id, serta dari website resmi masing-masing perusahaan. Total populasi perusahaan

manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2021 sebanyak 166 perusahaan dan diperoleh 92 perusahaan sebagai sampel dalam penelitian ini. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan PLS (*Partial Least Square*). PLS adalah teknik analisis statistik berdasarkan variansi yang dapat digunakan untuk menganalisis beberapa variabel eksogen dan beberapa variabel endogen secara bersamaan. Dalam analisis ini terdapat dua sub model yaitu model pengukuran atau yang biasa disebut *outer model* dan model struktural yang biasa disebut *inner model*. Persamaan matematis dari model penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$h = g_1 x_1 + g_2 x_2 + g_3 x_1 x_2 + z$$

(1)

Uji *Outer Model* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan :

1. Outer Loading yang digunakan untuk melakukan uji validitas setiap indikator dan indikator pada model SEM dikatakan valid apabila memiliki nilai outer loading minimal sebesar 0,700 Namun nilai outer loading 0,600 masih dapat diterima.
2. Cross Loading yang digunakan untuk menilai validitas diskriminan indikator-indikator. Dalam cross loading, setiap indikator yang mengukur konstruk harus memiliki korelasi yang lebih tinggi dengan konstruk dibandingkan dengan konstruk lainnya.
3. Composite Reliability yang digunakan untuk menguji reabilitas suatu konstruk dengan indikator reflektif dan untuk menilai reabilitas konstruk maka nilai composite reliability harus lebih besar dari 0,700.
4. Average Variance Extracted (AVE) yang digunakan untuk menguji validitas variabel dalam model SEM dan nilai AVE harus lebih besar dari 0,500.

Uji *Inner Model* yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan :

1. Uji hipotesis dilakukan dengan mengevaluasi hasil path coefficient. Path coefficient merupakan besaran pengaruh atau hubungan konstruk laten yang dilihat dari nilai P-Value yang diperoleh dengan tingkat signifikansi yang digunakan adalah sebesar 5%.
2. R-Square yang menunjukkan proporsi variasi nilai variabel endogen yang dapat dijelaskan oleh variabel eksogen.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil uji yang telah diperoleh sebagai berikut :

1. Outer Loading

Tabel 1

Hasil uji outer loading

	CSR	Komit e Audit	Moderatin g Effect 1	Nilai Perusahaa n
AC19		0,649		
AC20		0,684		
AC21		0,938		
CSR*Komit te Audit			0,798	
CSR19	0,79 6			
CSR20	0,69 2			
CSR21	0,80 6			
FV19				0,846
FV20				0,904
FV21				0,879

Hasil uji outer loading dapat dilihat pada tabel 1 dan berada di angka $>0,600$. Nilai outer loading antara 0,500 sampai dengan 0,600 masih dapat diterima (Ghozali, 2021:68).

2. Cross Loading

Tabel 2

Hasil Uji Cross Loading

	CSR	Komit e Audit	Moderatin g Effect 1	Nilai Perusahaa n
AC19	0,19 7	0,649	0,422	-0,026
AC20	0,05 4	0,684	0,353	-0,006
AC21	0,06 7	0,938	0,296	-0,068
CSR*Komit te Audit	- 0,11 5	0,393	1	0,08
CSR19	0,79 6	0,139	-0,019	-0,193
CSR20	0,69 2	0,16	-0,024	-0,07
CSR21	0,80 6	0,033	-0,173	-0,221
FV19	- 0,16 3	-0,065	0,038	0,846
FV20	- 0,24 8	-0,003	0,122	0,904
FV21	- 0,20 6	-0,105	0,038	0,879

Terlihat bahwa nilai cross loading untuk setiap indikator variabel ini memiliki nilai cross loading yang lebih tinggi dibandingkan dengan nilai cross loading variabel lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa setiap indikator yang digunakan dalam model SEM ini telah valid.

3. Composite Reliability dan Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 3

Hasil Uji *Composite Reliability* Dan *Average Variance Extracted (AVE)*

	<i>Composite Reliability</i>	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>
CSR	0,810	0,587
Komite Audit	0,807	0,590
Moderating Effect 1	1,000	1,000
Nilai Perusahaan	0,909	0,768

Berdasarkan hasil uji *Composite Reliability* dan *Average Variance Extracted (AVE)* pada tabel 3 bahwa

setiap indikator dapat dikatakan reliabilitas, dan valid.

4. Hasil uji hipotesis

Tabel 4

Hasil Output Path Coefficient

Variabel	β	Standard error	P-value	Keterangan
CSR (X) → Nilai Perusahaan (Y)	-0,222	0,078	0,005	Berpengaruh negatif
Komite Audit (Z) → Nilai Perusahaan (Y)	-0,068	0,183	0,711	Tidak Berpengaruh
Moderating Effect 1 → Nilai Perusahaan (Y)	0,102	0,221	0,645	Tidak Memoderasi

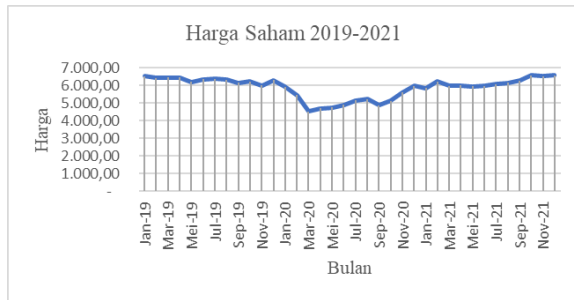
Berdasarkan hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 4. *Corporate social responsibility* (variabel x) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan (variabel y) dengan P-Value sebesar 0,005. Sedangkan komite audit (variabel z) tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dengan P-Value sebesar 0,711. Hasil pengujian dengan efek moderasi menunjukkan bahwa komite audit tidak dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan. Hal tersebut dapat disimpulkan berdasarkan nilai P-Value $0,645 > 0,05$.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian ini diperoleh dari hasil pengujian hipotesis *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 dengan P-Value sebesar 0,005. Dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dimana variabel tanggung jawab sosial perusahaan dapat berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hasil ini sesuai dengan dengan hasil penelitian dari Sabatini dan Sudana (2019) yang menyatakan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility*

berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut disebabkan oleh terjadinya peningkatan pada pengungkapan *corporate social responsibility* yang diduga karena adanya Undang-Undang Tentang Perseroan Terbatas Nomor 40 tahun 2007 mengenai pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Selain itu peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility* juga diduga karena semakin meningkatnya kesadaran perusahaan akan pentingnya tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial, dengan adanya pandemi covid-19 banyak perusahaan yang menunjukkan kepeduliannya terhadap lingkungan dan sosial seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Akbar dan Humaedi (2020) yang menyatakan bahwa perusahaan tetap berupaya semaksimal mungkin untuk tetap menjalankan tanggung jawab sosialnya di tengah pandemi covid-19. Selama pandemi covid-19 banyak perusahaan yang melakukan kegiatan sosial berupa membagikan APD, masker, alat kesehatan lainnya, ataupun donasi berupa uang tunai. Hal tersebut termasuk dalam kriteria nomor 15 dalam bidang pembangunan sosial dan kemasyarakatan berupa donasi lainnya. Peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility* juga diikuti oleh menurunnya nilai perusahaan yang diduga disebabkan karena adanya pandemi covid-19 yang mempengaruhi harga saham dan berpengaruh juga terhadap nilai perusahaan. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menyebutkan bahwa pandemi covid-19 berdampak terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) diawal 2020, dimana selama 3 bulan IHSG longsor dari level 6.300 menjadi 3.900 dan kepanikan investor diperparah dengan adanya omicron di tahun 2021 (www.bi.go.id, 14 Oktober 2022).

Gambar 1
Harga Saham IHSG Tahun 2019-2021



Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, berikut merupakan perusahaan yang mengalami peningkatan dalam pengungkapan *corporate social responsibility* dan mengalami penurunan dalam nilai perusahaan.

Tabel 5
Pengungkapan CSR Meningkat Dan Nilai Perusahaan Menurun

Kode	CSR			Nilai Perusahaan		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
WSKT	0,74	0,84	0,84	0,68	0,57	0,55
NIKL	0,42	0,42	0,58	0,89	1,59	0,95
SRSN	0,68	0,68	0,74	0,65	0,55	0,52
IFII	0,21	0,63	0,63	1,71	1,28	1,18
AMIN	0,16	0,37	0,58	1,06	0,77	0,74
PBRX	0,32	0,42	0,42	0,59	0,47	0,43
UCID	0,37	0,47	0,63	0,96	0,86	0,84
KBLI	0,53	0,68	0,68	0,69	0,60	0,47
CAMP	0,42	0,47	0,47	1,97	1,57	1,44
DLTA	0,37	0,37	0,58	3,45	2,61	2,05
GGRM	0,37	0,37	0,47	1,22	1,01	0,74
HMS P	0,32	0,37	0,37	3,92	2,81	1,77
TCID	0,53	0,53	0,74	0,89	0,63	0,56

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi

Hasil penelitian ini diperoleh dari hasil pengujian hipotesis *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan

dengan komite audit sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021 dengan P-Value sebesar 0,645. Dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak dimana komite audit tidak dapat memoderasi hubungan tanggung jawab sosial perusahaan dengan nilai perusahaan. Hasil tersebut tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2019) yang menyatakan bahwa komite audit dapat memoderasi dengan memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Komite audit tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan karena komite audit bukan merupakan faktor yang mempengaruhi besarnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang berdampak pada nilai perusahaan. Menurut Rivandi dan Putra (2021) komite audit hanya sebatas menjalankan fungsi pengawasan terhadap kinerja perusahaan terkait penelaahan pengendalian internal dan kualitas laporan keuangan, belum memperhatikan pengungkapan kegiatan CSR perusahaan. Selain itu, komite audit tidak dapat memoderasi *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan diduga karena tahun penelitian yang digunakan. Jadi pada sektor manufaktur perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021, komite audit tidak dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dengan nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan terkait penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka kesimpulan yang dapat ditarik yaitu *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan memiliki nilai P-Value sebesar 0,005. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa variabel *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap nilai

perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Hal tersebut menunjukkan setiap tahun terjadi peningkatan pada pengungkapan *corporate social responsibility* dan menurunnya nilai perusahaan. Sedangkan *Corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan dengan komite audit sebagai variabel moderasi memiliki nilai P-Value sebesar 0,645. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa variabel komite audit tidak dapat memoderasi hubungan *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2021. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah anggota komite audit tidak dapat memperkuat ataupun memperlemah hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian, diharapkan perusahaan yang belum menjalankan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial dapat lebih memperhatikan dan mulai melakukan kegiatan yang berguna bagi lingkungan dan sosial. Sedangkan bagi para investor ataupun calon investor juga memperhatikan perusahaan yang akan dipilih, apakah sudah menjalankan tanggung jawabnya dengan baik atau belum. Dengan adanya penelitian ini, peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian menggunakan obyek lain diluar sektor manufaktur dengan variabel moderasi yang berbeda seperti hasil auditor ataupun KAP big 4 dan non big 4. Selain itu peneliti selanjutnya dapat menggunakan masa observasi yang berbeda, penelitian dapat menggunakan masa observasi setelah pandemi.

6. REFERENSI

Abdussamad, Z. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. Syakir Media Press.
Agustina, L., Nurmalasari, E., & Astuty, W. (2023). *Corporate Social*

Responsibility Dan Risiko Investasi Terhadap Reputasi Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Owner*, 7(1), 687–699. <https://doi.org/10.33395/owner.v7i1.1218>

Agustuanti, R., Pandriadi, Nussifera, L., Wahyudi, Angelianawati, L., Meliana, I., Sidik, E. A., Nurlaila, Q., Simarmata, N., Himawan, I. S., Pawan, E., Ikhrum, F., Andriani, A. D., Ratnadewi, & Hardika, I. R. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Tohar Media.

Akbar dan Humaedi (2020). (n.d.).

Akuntansi, J., Akuntansi, S., Ekonomi, F., Maranatha, K., Program, F. E., Universitas, S. A., Suria, J., No, S., & 65, B.). (2020). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Perusahaan dengan Good Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2017 Tiopan Naek Lauw Tjun Tjun*. 12(1), 123–136.

<http://journal.maranatha.edu>

Anita, S. Y., Febriyanti, Setiawati, P. C., Santoso, T. I., Munizu, M., Indriyatni, L., Irawati, Fauzan, Candra, M., Hartoto, & Ardana, Y. (n.d.). *Manajemen Keuangan Lanjutan*. Penerbit NEM.

Firmansyah, D., Surasni, N. K., & Pancawati, S. (2020). *Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Pemoderasi*. *E-Jurnal Akuntansi*, 30(1), 163.

- <https://doi.org/10.24843/eja.2020.v30.i01.p12>
- Franita, R. (2018). *Mekanisme Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan (Studi untuk Perusahaan Telekomunikasi)*. Lembaga Penelitian dan Penulisan AQLI.
- Ghozali, I. (2021). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program Smartpls 3.2.9 untuk Penelitian Empiris Edisi 3* (Vol. 3). Badan Penerbit - Undip.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R A Workbook*. Springer International Publishing.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sinkovics, R. R. (2009). The use of partial least squares path modeling in international marketing. *Advances in International Marketing*, 20, 277–319. [https://doi.org/10.1108/S1474-7979\(2009\)0000020014](https://doi.org/10.1108/S1474-7979(2009)0000020014)
- Indrarini, S. (2019). *Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba: (Good Governance dan Kebijakan Perusahaan)*. Scopindo Media Pustaka.
- Indriasih, D. (2020). *Kompetensi Auditor Internal & Karakter Komite Audit (Terhadap Fraudulent Financial Reporting)*. Cendekia Press.
- Juliandi, A., Irfan, & Marunung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Umsu Press.
- Kapita, N. M. Y., & Suardana, K. A. (2018). *Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance Pada Reputasi Perusahaan Manufaktur*. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 24.2, 1190–1219.
- Labetubun, M. A. H., Nugroho, L., Pinem, D., Muktadi, Sinurat, J., Pusporini, Umiyati, H., Hendrayani, Y., Anwar, K., Lahallo, F. F., Rahayu, P. S., Ahmad, D., & Gaol, S. L. (2022). *CSR Perusahaan “Teori Dan Praktis Untuk Manajemen Yang Bertanggung Jawab.”* Widina Bhakti Persada Bandung.
- Mahardikanto, T. (2019). *CSR (Corporate Social Responsibility)(Tanggung Jawab Sosial Korporasi)*. Alfabeta.
- Musyaffi, A. M., Khairunnisa, H., & Respatu, D. K. (2022). *Konsep Dasar Structural Equation Model-Partial Least Square SEM-PLS Menggunakan Smartpls*. Pascal Books.
- Ningrum, E. P. (2022). *Nilai Perusahaan (Konsep dan Aplikasi)*. Adanu Abimata.
- PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA. (n.d.).
- Persetujuan Bersama, D. (n.d.). *PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA dan PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA*.
- POJK 55. *Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit (1)*. (n.d.).
- PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA *UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA*. (n.d.).
- Puspitasari, E., Ermayanti, D., Pgri, S., & Jombang, D. (n.d.). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance*

- Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018).* <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46>
- Radyati, M. R. N. (2014). *Sustainable Business dan Corporate Social Responsibility (CSR).* CECT (Center for Entrepreneurship, Change, and Third Sector) Trisakti University.
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Komite Audit Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Owner*, 5(2), 513–524. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.468>
- Riyanta Mitra Karina, D., Setiadi, I., & Teknologi dan Bisnis Ahmad Dahlan Jakarta, I. (n.d.). *PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG SEBAGAI PEMODERASI CSR INFLUENCE ON CORPORATE VALUE WITH GCG AS MODERATORS.* 6(1), 2020.
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis.* <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i01.p06>
- Said, A. L. (2018). *Corporate Social Responsibility dalam Perspektif Governance*. Deepublish.
- Santoso, E. B., Marlina, M. A. E., & Laturette, K. (2021). *Tinjauan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan: Studi Di Filipina*. Deepublish Publisher.
- Sari, R. (n.d.). *Moderasi Jumlah Komite Audit atas Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan.*
- Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. In *Handbook of Market Research* (pp. 1–47). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05542-8_15-2
- SEOJK-NOMOR 30SEOJK.042016. (n.d.).
- Sholihin, M., & Ratmono, D. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 – untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis.* Penerbit Andi.
- Silvia, J. E. (2021). *Financial Markets and Economic Performance A Model for Effective Decision Making.* Springer International Publishing.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Solimun, Fernandes, A. A. R., & Nurjannah. (2017). *Metode Statistika Multivariat Pemodelan Persamaan Struktural (SEM) Pendekatan Warppls.* Universitas Brawijaya Press.
- Solimun, Nurjannah, Amaliana, L., & Fernandes, A. A. R. (n.d.). *Metode Statistika Multivariat Generalized Structured Component Analysis (GSCA) Pemodelan Persamaan Struktural (SEM).* Universitas Brawijaya Press.

- Supriadi, I. (2022). *Riset Akuntansi Keperilakuan : Penggunaan SmartPLS dan SPSS Include Macro Andrew F. Hayes*. Jakad Media Publishing.
- Tajeri. (2021). *Corporate Social Responsibility Tanggung Jawab Perusahaan Terhadap Masalah Sosial, Ekonomi dan Lingkungan Konsep, Teori & Implementasinya di Indonesia*. Literasi Nusantara.
- Ubtung, B. (2014). *CSR dalam Dunia Bisnis*. Andi Publisher.
- Utomo, M. N. (2019). *Ramah Lingkungan Dan Nilai Perusahaan*. Jakad Publishing Surabaya.
- Wati, L. N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Myra Publisher.
- Wetzels, M., Schroder, G. O., & Oppen, C. (2009). Using Pls Path Modeling For Assessing Hierarchical Construct Models: Guidelines And Empirical Illustration. *MIS Quarterly*, 33 No. 1, 177–195.
- Yamin, S. (2021). *Olah Data Statistik: Smartpls 3, Amos & STata (Mudah dan Praktis)*. PT Dewangga Energi Internasional.