

PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN JUMLAH KOMITE AUDIT TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATOR DI BURSA EFEK INDONESIA

Rafika Sari, Tertiarto Wahyudi, Isnurhadi

Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Sriwijaya

Email: vicha.chu@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan jumlah komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Metode ini dipilih karena referensi menunjukkan bahwa adanya kecocokan antara alat analisis dengan variabel yang diteliti. Sampel pada penelitian ini menggunakan *random sampling* dengan rumus Solvin tingkat signifikan 5 persen sehingga jumlah sampel adalah 191 perusahaan yang diambil secara acak. Metode *random sampling* dipilih karena sesuai dengan metode analisis regresi berganda. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel Komite Audit (AC) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel Kapitalisasi Pasar (SIZE) tidak memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PER). Variabel Kapitalisasi Pasar (SIZE) tidak memoderasi hubungan komite audit (AC) terhadap Nilai Perusahaan (PER).

Kata kunci: **Corporate Social Responsibility, Komite Audit, Nilai Perusahaan**

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Salah satu tujuan perusahaan didirikan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan. Setiap perusahaan tentunya menginginkan nilai perusahaan yang tinggi sebab hal tersebut juga secara tidak langsung menunjukkan kemakmuran pemegang saham juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kemakmuran bagi pemegang saham, sehingga para pemegang saham akan menginvestasikan modalnya kepada perusahaan tersebut, (Cretu dan Brodie, 2007). Peningkatan nilai perusahaan yang tinggi merupakan tujuan jangka panjang yang seharusnya dicapai perusahaan, yang akan tercermin dari harga pasar sahamnya, karena penilaian investor terhadap perusahaan dapat diamati melalui pergerakan harga saham perusahaan (Anggraeni, 2013).

Di tengah persaingan global yang semakin ketat, perusahaan berlomba untuk meningkatkan daya saing di berbagai sektor untuk dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Oleh karena itu, nilai perusahaan menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan dapat memberikan sinyal positif kepada investor untuk berinvestasi pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar (investor) percaya tidak hanya pada kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa depan, (Goold et al., 1994).

Setiap perusahaan tidak hanya bertujuan untuk memaksimalkan laba yang diperoleh. Namun dalam menjalankan perusahaannya diperlukan sebuah tanggung jawab sosial dan peningkatkan kesejahteraan sosial. Sehingga perusahaan bukan saja menjadi bagian yang bertanggung jawab kepada pemiliknya saja (*shareholder*) tetapi bertanggung jawab terhadap seluruh pihak-pihak yang berhubungan dengan perusahaan (*stakeholder*), (Freeman, 2004). Semakin berkembangnya suatu perusahaan maka tingkat eksploitasi sumber-sumber alam dan masyarakat sosial semakin tinggi dan tidak terkendali, karena itu muncul pula kesadaran untuk mengurangi dampak negatif ini. Banyak perusahaan kini mengembangkan apa yang disebut *Corporate Social Responsibility* (Bayu et al., 2015).

Peningkatan nilai perusahaan dipengaruhi oleh *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic-stakeholders*nya, (McWilliams dan Siegel, 2000). Pengungkapan *corporate social responsibility* merupakan proses komunikasi dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan, (Matten dan Moon, 2004). Hal tersebut memperluas tanggung

jawab organisasi (khususnya perusahaan) di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal khususnya pemegang saham. Perluasan tersebut dibuat dengan asumsi bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Putri *et al.*, 2016).

Perusahaan yang telah menerapkan CSR pada umumnya akan mengungkapkan pelaksanaan CSR tersebut. Pengungkapan CSR dilakukan melalui *social reporting disclosure* dalam laporan keuangan. Pengungkapan pelaksanaan CSR menjadi penting bagi pemakai laporan keuangan untuk menganalisa sejauh mana perhatian dan tanggung jawab sosial perusahaan dalam menjalankan bisnis, (Gray *et al.*, 1995). Diharapkan pengungkapan CSR tersebut mampu mempengaruhi secara positif perilaku investor untuk lebih memperhatikan aspek sosial. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan *corporate social responsibility*, antara lain produk semakin disukai konsumen dan perusahaan diminati investor (Tai *et al.*, 2014).

Komite audit memiliki peran penting dalam menjaga akuntabilitas perusahaan. Komite audit bertugas mengawasi dan memantau sistem pelaporan keuangan perusahaan dan proses audit internal dan eksternal untuk menghindari asimetri informasi yang menjadi salah satu permasalahan dalam teori keagenan, (Klein, 2002). Semakin banyak anggota dalam suatu komite audit akan mempengaruhi independensi dari komite audit, oleh sebab itu semakin banyak anggota komite audit maka akan menurunkan independensi komite audit dan akan berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan, (Carcello *et al.*, 2000). Dengan begitu Komite Audit diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan dan membantu pelaksanaan *Good Corporate Governance* (Anggraini, 2013).

Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki *public demand* akan informasi yang lebih tinggi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Alasan lain adalah perusahaan besar dan memiliki biaya keagenan yang lebih besar tentu akan mengungkapkan informasi yang lebih luas hal ini dilakukan untuk mengurangi biaya keagenan yang dikeluarkan. Lebih banyak pemegang saham, berarti memerlukan lebih banyak juga pengungkapan. Hal ini dikarenakan tuntutan dari para pemegang saham dan para analis pasar modal. Semakin meningkatnya ukuran perusahaan maka akan meningkatkan pengaruh jumlah komite audit terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut dikarenakan komite audit memiliki pengalaman memadai tentang pembuatan laporan keuangan dan prinsip-prinsip pengawasan internal.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan jumlah komite audit terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016? Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan jumlah komite audit berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016.

Agency Theory dan Legitimacy Theory

Penelitian ini akan melihat solusi dari permasalahan *agency* teori, dimana Pengungkapan CSR yang transparan dan berdasarkan GRI versi 4 serta adanya komite audit yang sesuai dengan ukuran dan sektor bisnis perusahaan akan mampu mengurangi biaya *agency* dan meningkatkan reputasi serta memaksimalkan nilai perusahaan. Teori legitimasi menjelaskan bahwa sistem pengelolaan perusahaan berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat.

Teori legitimasi memfokuskan pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Sehingga tujuan metode operasi dan *output* organisasi harus sesuai dengan norma dan nilai sosial, legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat untuk perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi merupakan manfaat atau sumber daya potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (*going concern*).

METODE PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda. Metode ini dipilih karena referensi menunjukkan bahwa adanya kecocokan antara alat analisis dengan variabel yang diteliti. Pengujian, Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan *SPSS* yang terdiri dari uji residual, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis. Populasi penelitian ini adalah seluruh perusahaan yang terdaftar

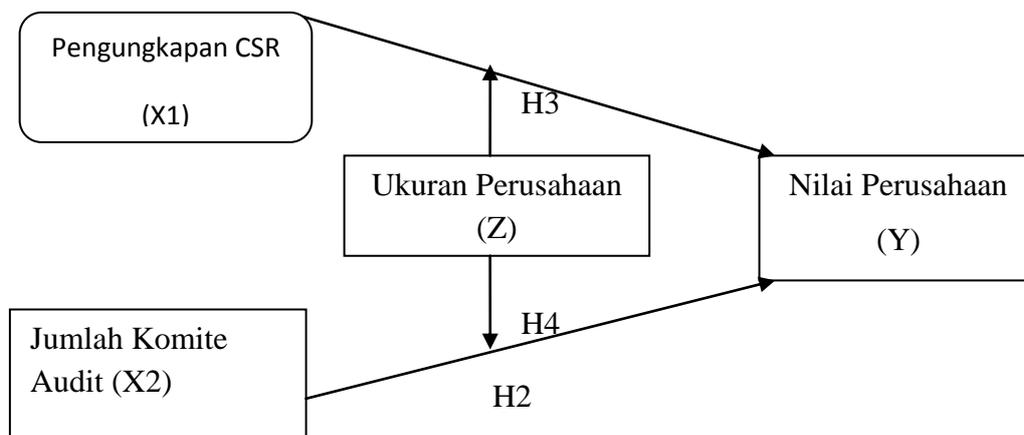
di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang memenuhi kriteria populasi antara lain: 1) perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampai tahun 2016, 2) telah mempublikasikan d *Annual Report* tahun 2016, 3) memiliki nilai *Price Earning Ratio* (PER) yang positif.

Tabel 1. Rincian Kategori Populasi

| Keterangan | Jumlah |
|---|---------------|
| Total Perusahaan Terdaftar Sampai Tahun 2016 | 529 |
| Perusahaan yang belum publikasi <i>annual report</i> 2016 | (51) |
| Perusahaan Memiliki Nilai EPS Negatif | (114) |
| Total Populasi | 364 |

Berdasarkan rincian kategori tersebut maka populasi dalam penelitian ini berjumlah 364 perusahaan. Dari populasi tersebut maka dapat ditentukan jumlah sampel yang akan diteliti dalam penelitian ini. Teknik pengambilan sampel menggunakan *random sampling* yaitu pemilihan sampel dengan acak, teknik pengambilan sampel tersebut adalah teknik yang lebih cocok dengan penelitian yang menggunakan analisis regresi berganda. Sampel dari penelitian ini adalah sebanyak 191 yang akan diambil secara acak dari populasi yang ada .

Model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut



**Gambar 2
Model Penelitian**

HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini sebelumnya harus dilakukan terlebih dahulu analisis statistik terhadap data yang telah diperoleh sebelumnya.

Persamaan Regresi 1

Berikut ini adalah persamaan regresi 1:

$$Y = a + b_1CSR + b_2AC + \varepsilon_1$$

Hasil hipotesis untuk persamaan regresi 1 yang telah diolah dengan bantuan program *SPSS* dapat dilihat pada dua uji berikut ini:

Uji F

Hasil uji F dilakukan untuk melihat pengaruh secara simultan atau bersama variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan komite audit (AC) terhadap nilai perusahaan (PER) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji F tersebut dapat dilihat pada tabel 2 berikut:

Tabel 2. Hasil Uji F
ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 5.958 | 2 | 2.979 | 32.242 | .000 ^a |
| | Residual | 17.370 | 188 | .092 | | |
| | Total | 23.328 | 190 | | | |

a. Predictors: (Constant), Komite Audit, Corporate Social Responsibility

b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa F_{hitung} yaitu sebesar 32.242 dengan nilai Sig. yaitu 0.000. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dengan membandingkan nilai F_{hitung} dan F_{tabel} . Dimana nilai F_{tabel} berdasarkan $df_1 =$ derajat pembilang yaitu sebesar 2 dan $df_2 =$ derajat penyebut sebesar 191 dan taraf signifikansi yaitu 5% sehingga didapat nilai F_{tabel} yaitu sebesar 3.043. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai F_{hitung} yaitu sebesar 32.242 lebih besar dari nilai F_{tabel} yaitu sebesar 3.043. Artinya variabel independen yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan komite audit (AC) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen nilai perusahaan (PER) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Uji t

Hasil uji t dilakukan untuk melihat pengaruh secara parsial atau sendiri variabel bebas yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan komite audit (AC) terhadap nilai perusahaan (PER) pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil uji t tersebut dapat dilihat pada tabel 3 berikut:

Tabel 3. Hasil Uji t
Coefficients^a

| Model | | t | Sig. |
|-------|---------------------------------|--------|------|
| 1 | (Constant) | 8.007 | .000 |
| | Corporate Social Responsibility | 8.012 | .000 |
| | Komite Audit | -1.173 | .242 |

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} dan t_{tabel} . Dimana nilai t_{tabel} berdasarkan ($df = n-2$) $df = 191-2$ yaitu 189 dan taraf signifikansi yaitu 5% sehingga didapat nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1.973. Pada tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa nilai t_{hitung} dari masing - masing variabel pada persamaan regresi 1 dapat dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8.012 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1.973. Komite audit (AC) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 1.173 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1.973.

Persamaan Regresi 2

Pada persamaan regresi 2 dengan uji residual hasil hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis Uji Residual

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | .427 | .105 | 4.068 | .000 |
| | Nilai Perusahaan | .129 | .084 | .111 | .126 |

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .427 | .105 | | 4.068 | .000 |
| Nilai Perusahaan | .129 | .084 | .111 | 1.536 | .126 |

a. Dependent Variable: ResCSR_MV

Pada uji residual bila nilai koefisien b_1 nilai perusahaan signifikan dan negatif berarti variabel kapitalisasi pasar dapat disimpulkan sebagai variabel moderator yang mampu mempengaruhi Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pada tabel 4, nilai b_1 nilai perusahaan positif dan tidak signifikan sehingga pada persamaan regresi 2 dengan uji residual dapat disimpulkan bahwa kapitalisasi pasar bukan merupakan variabel moderator antara hubungan *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.

Persamaan Regresi 3

Pada persamaan regresi 3 dengan uji residual hasil hipotesis dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 5. Hasil Uji Hipotesis Uji Residual
Coefficients^a**

| Model | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 (Constant) | .647 | .121 | | 5.348 | .000 |
| Nilai Perusahaan | -.004 | .097 | -.003 | -.042 | .966 |

a. Dependent Variable: ResAC_MV

Pada uji residual bila nilai koefisien b_1 nilai perusahaan signifikan dan negatif berarti variabel kapitalisasi pasar dapat disimpulkan sebagai variabel moderator yang mampu menghubungkan komite audit dan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil pada tabel 4.8, nilai b_1 nilai perusahaan negatif namun tidak signifikan sehingga pada persamaan regresi 3 dengan uji residual dapat disimpulkan bahwa kapitalisasi pasar bukan merupakan variabel moderator antara Pengaruh komite audit dan nilai perusahaan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dan Jumlah Komite audit Terhadap Nilai Perusahaan

Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan akar dari pengakuan bahwa bisnis merupakan bagian dari masyarakat dan bahwa itu mempunyai potensi untuk membuat kontribusi yang positif untuk mencapai tujuan dan aspirasi sosial (Jones dan Comfort, 2005). Berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji F secara simultan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan jumlah komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian telah melaporkan hasil penelitian tentang hubungan komite audit dan kualitas pelaporan keuangan. Beberapa penelitian cenderung untuk mendukung keberadaan komite audit karena meningkatkan kualitas pelaporan keuangan (Klien, 2001; DeFond dan Jiambalvo, 1991). Pengujian dengan menggunakan metode FSCM dan CRSM menunjukkan hasil yang sama bahwa koefisien respons laba perusahaan yang membentuk komite audit secara statistis lebih besar daripada perusahaan yang tidak membentuk komite audit.

Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Hasil Uji T Secara Parsial, *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 8.012 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1.973. Hal ini membuktikan bahwa di Indonesia, fakta bahwa investor telah melihat nilai

suatu perusahaan dengan memperhatikan aktifitas CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan, ditahun 2016 tren dalam pengungkapan CSR yang berpedoman pada GRI 4 atau lebih dikenal dengan laporan berkelanjutan telah menarik minat berbagai pihak, karena pada laporan tersebut menyajikan item-item tentang kelangsungan perusahaan saat ini dan dimasa yang akan datang juga kepedulian perusahaan terhadap lingkungannya. Berdasarkan hasil penelitian yang pernah dilakukan Latupono dan Andayani (2016) tentang analisis terhadap 30 perusahaan sampel dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2011 (1) CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dengan arah koefisien positif. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat pengungkapan CSR yang dilakukan, maka nilai perusahaan akan semakin tinggi. Dengan adanya pengungkapan CSR, maka stakeholder akan memberikan apresiasi positif yang ditunjukkan dengan peningkatan harga saham perusahaan. Peningkatan ini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. (2) *Good corporate governance* dengan proksi kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi hubungan CSR dengan nilai perusahaan. Ini diartikan bahwa semakin besar *good corporate governance* maka semakin besar potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Pengaruh Jumlah Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Hasil Uji T secara parsial, Komite Audit (AC) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan, ditunjukkan dengan nilai t_{hitung} sebesar 1.173 yang lebih kecil dari nilai t_{tabel} yaitu sebesar 1.973. Berdasarkan teori agensi bahwa keberadaan komite audit dapat mengatasi konflik kepentingan yang ada antara investor dengan manajemen yang menjalankan perusahaan. Namun berdasarkan pengujian pada penelitian ini jumlah komite audit tidak memiliki pengaruh yang secara signifikan. Hal tersebut terjadi karena fakta yang ada di Indonesia yaitu jumlah dewan komite audit sepertinya tidak menjadi perhatian bagi para investor untuk melakukan investasi hal ini dikarenakan jumlah komite audit telah diatur BAPEPAM-LK No. Kep- 643/BL/2012 berisi tentang pedoman pelaksanaan komite audit sehingga investor menganggap perusahaan akan memenuhi aturan yang ada.

Moderasi Ukuran Perusahaan Pada Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan hasil uji residual pada persamaan kedua ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dengan nilai perusahaan. Meskipun berdasarkan teori *agency* dan *legitimacy* bahwa perusahaan yang besar akan memiliki pengungkapan CSR yang lebih besar, namun hasil penelitian menunjukkan nilai yang tidak signifikan. Hal ini disebabkan karena indikator pengukuran melalui GRI 4 tidak membatasi pemberlakuan untuk perusahaan besar maupun kecil. Faktanya perusahaan dengan kapitalisasi pasar yang besar telah memiliki citra yang baik dimata investor sehingga luas pengungkapan CSR tidak menjadi fokus utama dalam penilaian investor terhadap nilai perusahaan, sementara untuk perusahaan yang kecil meskipun melakukan Pengungkapan CSR yang lebih luas untuk menarik minat investor, namun resiko bisnis akan menjadi pertimbangan yang lebih tinggi bagi investor. Hasil ini tidak sesuai dengan penelitian mengenai *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh Muliani *et al* (2014) *corporate social responsibility* mampu memoderasi kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan secara positif. Semakin banyak pengungkapan CSR maka kinerja keuangan semakin tinggi dan berdampak pada tingginya nilai perusahaan.

Moderasi Ukuran Perusahaan Pada Jumlah Komite Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan Uji Residual pada persamaan ketiga ukuran perusahaan tidak dapat memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan. Hal ini disebabkan karena jumlah komite audit telah diatur pada BAPEPAM-LK No. Kep- 643/BL/2012 tanggal 7 Desember 2012. Hal ini menyebabkan ukuran perusahaan yang besar maupun kecil umumnya hanya mengikuti standar aturan yang ada. Berdasarkan hasil pengamatan dari data yang ada pada laporan perusahaan, rata-rata perusahaan hanya memiliki jumlah komite audit sebanyak 3 anggota. Hal ini sesuai dengan jumlah minimal yang ditetapkan oleh BAPEPAM-LK No. Kep-643/BL/2012. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan Rahayu *et al* (2010) menunjukkan bahwa kualitas komite audit berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan. Keahlian komite audit di bidang keuangan secara signifikan meningkatkan persistensi dan prediktabilitas dari laba. Ukuran komite audit secara signifikan berpengaruh positif terhadap persistensi dan berpengaruh negatif terhadap prediktabilitas laba dan

konservatisme. Jumlah rapat anggota komite audit juga secara signifikan berpengaruh positif terhadap persistensi, prediktabilitas laba, dan konservatisme.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah:

1. Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel Komite Audit (AC) memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Variabel Kapitalisasi Pasar (SIZE) tidak memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan (PER). Variabel Kapitalisasi Pasar (SIZE) tidak memoderasi hubungan komite audit (AC) terhadap Nilai Perusahaan (PER). Berdasarkan hasil penelitian yang ada maka disarankan 1. Peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai literatur dengan terus mengikuti perkembangan dalam standart yang digunakan baik di Indonesia maupun di dunia, 2. Menambah jumlah sampel dengan menambah tahun pengamatan agar hasil penelitian memiliki hasil yang lebih akurat, 3. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan indikator variabel yang lebih luas misalnya komite audit tidak hanya melihat jumlah anggota tapi dapat ditambahkan dengan profil komite audit tingkat pengalaman, gender, ataupun kualitas pertemuan komite audit.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, D. (2013). *Pengaruh Good Corporate Governance*, 2, 1–14.
- Bayu, A. N., Putra, D., & Wirakusuma, M. G. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 13(2), 2302–8556.
- Carcello, J. V., & Neal, T. L. (2000). Audit committee composition and auditor reporting. *The Accounting Review*, 75(4), 453–467.
- Cretu, A. E., & Brodie, R. J. (2007). The influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective. *Industrial Marketing Management*, 36(2), 230–240.
- DeFond, M. L. dan Jiambalvo, J. 1994. “Debt Covenant Violation and Manipulation of Accruals”. *Journal of Accounting & Economics* 17, hal. 145—176.
- Freeman, R. E., Wicks, A. C., & Parmar, B. (2004). Stakeholder theory and “the corporate objective revisited”. *Organization science*, 15(3), 364–369.
- Goold, M., Campbell, A., & Alexander, M. (1994). *Corporate-level strategy: Creating value in the multibusiness company*. Wiley.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8(2), 47–77.
- Jones, P. and Comfort, D. 2005, “Corporate Social Responsibility and The UK’s Top Ten Retailers”, *International Journal of Retail Distribution Management*, Vol. 33 No. 12, pp.882–892.
- Klein, A. (2002). Audit committee, board of director characteristics, and earnings management. *Journal of accounting and economics*, 33(3), 375–400.
- Latupono, S. S., & Andayani, A. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan: Good Corporate Governance Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi*, 4(8).
- Matten, D., & Moon, J. (2004). Corporate social responsibility. *Journal of business Ethics*, 54(4), 323–337.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2000). Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. *Strategic management journal*, 21(5), 603–609.

- Muliani, L. E., Yuniarta, G. A., AK, S., & SINARWATI, N. K. (2014). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responcibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi. *JIMAT (Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi) Undiksha*, 2(1).
- Rahayu, S., Rahayu, S., & ANDRI, A. (2010). Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Suaryana, A. (2005). Pengaruh komite audit terhadap kualitas laba. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis*.
- Tai, F. M., & Chuang, S. H. (2014). Corporate social responsibility. *Ibusiness*, 6(03), 117.