

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

Teori *Stakeholder* (*Stakeholder theory*) merupakan teori yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) (Ghozali & Chariri, 2007). Studi pertama kali yang mengemukakan tentang *stakeholder* adalah *Strategic Management: A Stakeholder Approach* oleh Freeman (1984). Menurut Freeman (1984), *stakeholder theory* merupakan suatu teori yang menggambarkan tentang hubungan individu atau kelompok yang terpengaruh oleh kegiatan perusahaan ataupun dapat mempengaruhi kegiatan suatu perusahaan.

Teori *stakeholder* biasanya berkaitan dengan teori pemegang saham yang memiliki pandangan bahwa manajer memiliki kewajiban fidusia untuk bertindak demi kepentingan pemegang saham (Izazi, 2019). Perusahaan juga harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya untuk mengakomodasi keinginan dan kebutuhan para *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai *power* terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Ghozali & Chariri, 2007). Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder*-nya adalah dengan menyediakan informasi tentang kinerja dan aktivitas perusahaan seperti pengungkapan tanggung jawab sosial dan

lingkungan perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) (Angel et al., 2013).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang transparan menjadi sarana perusahaan untuk menunjukkan komitmen sosial dan lingkungan yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai dan citra perusahaan di mata publik dan para *stakeholder* (Helmaini et al., 2023). Selain itu, menurut teori *stakeholder* komite audit memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan *stakeholder* karena bertanggungjawab untuk meminimalkan kerugian yang akan ditanggung oleh para *stakeholder* (Izazi, 2019). Dengan pengawasan yang efektif dari komite audit, perusahaan dapat menyeimbangkan antara pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* dan pencapaian profitabilitas. Komite audit berperan untuk membantu memastikan bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya sebatas beban biaya, tetapi juga sebagai investasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan reputasi, kepercayaan *stakeholder* dan pengurangan risiko bisnis (Tawaqal et al., 2022).

2.1.1 *Corporate Social Responsibility Disclosure*

2.1.1.1 *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Menurut Anshary et al (2022:46) *Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kegiatan yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas hidup dimana kemampuan manusia sebagai anggota masyarakat dapat menanggapi keadaan sosial dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup. Sedangkan menurut Kholis (2020:2) *Corporate Social Responsibility* merupakan peningkatan kualitas kemampuan

manusia dan anggota masyarakat dalam menanggapi keadaan sosial yang ada dan dapat menikmati, memanfaatkan serta memelihara lingkungan hidup atau dapat dikatakan sebagai proses penting dalam pengaturan biaya yang dikeluarkan dan keuntungan kegiatan bisnis dari *stakeholders* baik secara internal (pekerja, *shareholders* dan penanam modal) maupun eksternal (kelembagaan masyarakat sipil dan perusahaan lain).

Menurut Widianingsih (2018) *Corporate Social Responsibility* adalah konsep yang sangat luas yang membahas banyak dan berbagai topik seperti hak asasi manusia, tata kelola perusahaan, kesehatan dan keselamatan kerja, dampak lingkungan, kondisi kerja dan kontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang memiliki tujuan untuk mendorong perubahan menuju keberlanjutan.

Corporate Social Responsibility Disclosure dalam entitas syariah adalah suatu kewajiban bagi seluruh *stakeholder* agar dapat ikut serta mewujudkan kesejahteraan bagi masyarakat sekitar. Tanggung Jawab entitas syariah tidak hanya kepada *stakeholder* melainkan kepada ruang lingkup yang lebih luas sehingga mendapatkan keridhaan dari Allah SWT (Afandi et al., 2019). Kesadaran akan pentingnya menerapkan tanggungjawab sosial yang berorientasi terhadap lingkungan, telah menjadi pusat perhatian seiring dengan banyaknya kepedulian terhadap produk ramah lingkungan. Dengan adanya implementasi *Corporate Social Responsibility* diharapkan tidak merusak prinsip syariah dalam penawaran produk syariah dan operasional keseluruhan pada entitas syariah (Alfijri & Priyadi, 2022)

Dari beberapa pengertian diatas, penulis menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap

para *stakeholder* yang sangat berperan dalam membangun citra dan reputasi yang baik bagi perusahaan kepada nasabah dan masyarakat dimana perusahaan tersebut didirikan.

2.1.1.2 Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Manfaat dalam melaksanakan *Corporate Social Responsibility* dalam sebuah perusahaan menurut Serliani (2022) yaitu :

1. Membuat semua kegiatan perusahaan merasa punya tanggungjawab lebih karena dilakukan sesuai syariah sehingga mengurangi resiko kecurangan dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima oleh perusahaan maupun masyarakat.
2. Berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalisir dampak buruk dari suatu krisis.
3. Memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholdernya*.
4. Meningkatkan penjualan produk. Konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten dalam menjalankan kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

2.1.1.3 Model Pengukuran *Corporate Social Responsibility*

Untuk melakukan pengukuran dari *Corporate Social Responsibility*, dilakukan penilaian melalui indeks yang disebut sebagai *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial pada perusahaan syariah (Hakim et al, 2019). *Islamic Social Reporting* (ISR) tidak hanya membantu perusahaan untuk mengambil keputusan

tetapi juga membantu perusahaan dalam melakukan pemenuhan kewajiban terhadap Allah SWT dan masyarakat (Purwita et al, 2019). Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Aji et al (2024) *Islamic Social Reporting* (ISR) menggunakan 6 tema pengungkapan yang dibangun oleh Othman et al (2009) yang terdiri dari 43 pokok pengungkapan. Berikut ini pokok pengungkapan dari *Islamic Social Reporting* (ISR) Index adalah:

Tabel 2.1
Indikator Pokok Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

A	Pendanaan dan Investasi	B	Produk dan Jasa
1	Riba	7	Produk yang ramah lingkungan
2	<i>Gharar</i>	8	Status kehalalan produk
3	Zakat	9	Kualitas dan keamanan produk
4	Kewajiban atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih	10	Keluhan konsumen dan/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan kode sukarela (jika ada)
5	<i>Current Value Balance Sheet</i>		
6	<i>Value Added Statements</i>		
C	Karyawan	D	Masyarakat
11	Sifat Pekerjaan	21	Donasi
12	Pengembangan SDM	22	Wakaf
13	Kesempatan yang sama	23	Qardhasaan
14	Keterlibatan karyawan	24	Biaya Sukarela
15	Kesehatan dan keselamatan kerja	25	Lulusan Kerja
16	Lingkungan kerja	26	Generasi Muda
17	Tempat yang tepat untuk ibadah	27	Kemiskinan
18	Karyawan khusus kelompok lain	28	Kepedulian anak
19	Eselon yang lebih tinggi di perusahaan melakukan shalat berjamaah dengan para manajer tingkat yang lebih rendah dan menengah	29	Pendidikan: -Skema adopsi sekolah -Beasiswa
20	Karyawan muslim diizinkan untuk melakukan shalat wajib mereka selama waktu dan puasa tertentu di	30	Mensponsori Kesehatan masyarakat/proyek rekreasi/acara budaya

	bulan Ramadhan pada hari kerja mereka			
		31	Amal/hadiah/kegiatan sosial	
E	Lingkungan	F	Tata Kelola Perusahaan	
32	Konservasi Lingkungan	39	Status kepatuhan syariah	
33	Satwa liar yang terancam punah	40	Struktur organisasi	
34	Pencemaran Lingkungan	41	Kebijakan anti korupsi	
35	Pendidikan Lingkungan	42	Kegiatan terlarang	
36	Produk Lingkungan	43	Struktur Kepemilikan	
37	Audit Lingkungan			
38	Sistem manajemen lingkungan			

Sumber: Othman (2009)

Berikut adalah enam pengungkapan dalam kerangka indeks *Islamic Social Reporting (ISR)* yang digunakan dalam penelitian yang dirancang oleh Othman (2009) diantaranya :

1. Pendanaan dan Investasi

- Riba

Riba berasal dari bahasa Arab yang berarti tambahan (*Al-Ziyadah*), berkembang (*An- Nuwu*), meningkat (*Al-Irtifa'*), dan membesar (*Al-'uluw*). Menurut Widiawaty & Raharja (2012) mengenai masalah riba sebagai setiap penambahan yang diambil tanpa adanya suatu penyeimbang atau pengganti (*'iwad*) yang dibenarkan syariah.

- Gharar

Terjadi ketika terdapat *incomplete information* antara kedua pihak yang bertransaksi dalam hal kuantitas, kualitas, harga, waktu penyerahan dan akad. Salah satu contoh dari transaksi yang mengandung gharar adalah transaksi *lease and purchase* (sewa-beli) karena adanya ketidakpastian dalam akad yang diikrarkan antara kedua pihak.

- Zakat

Zakat adalah kewajiban bagi seluruh umat muslim atas harta benda yang dimiliki ketika telah mencapai nisab. Zakat tidaklah sama dengan donasi, sumbangan, dan shadaqah. Zakat memiliki aturan yang jelas mengenai harta yang dizakatkan, batasan harta yang terkena zakat, cara penghitungannya, dan siapa yang boleh menerima harta zakat sesuai apa yang telah diatur oleh Allah SWT.

- Kewajiban atas keterlambatan pembayaran piutang dan piutang tak tertagih

Penangguhan atau penghapusan utang harus dilakukan dengan adanya penyelidikan terlebih dahulu kepada pihak debitur terkait ketidakmampuannya dalam pembayaran piutang. Penangguhan atau penghapusan utang merupakan suatu bentuk sikap tolong-menolong yang dianjurkan di dalam Islam.

- *Current Value Balance Sheet*

Othman et al (2009), terdapat satu indeks pengungkapan lainnya yaitu *current value balance sheet* akan tetapi dalam penelitian ini peneliti tidak memasukkannya dalam indeks *Islamic Social Reporting (ISR)*. Klasifikasi *current value balance sheet* menjadi tidak relevan sebagai kriteria pengungkapan karena PSAK masih memberlakukan nilai historis atas nilai-nilai di neraca. Kenyataannya perusahaan di Indonesia berpedoman pada PSAK dan banyak perusahaan yang masih memberlakukan nilai historis atas nilai-nilai di neraca, maka dalam penelitian ini *current value balance sheet* tidak dimasukkan dalam indeks.

- *Value Added Statement*

Value added (nilai tambah) sebagai nilai yang tercipta dari hasil aktivitas perusahaan dan karyawan-karyawan, sedangkan *value added statement* merupakan

pernyataan yang melaporkan perhitungan nilai tambah tersebut serta aplikasi di antara para pemangku kepentingan perusahaan. Istilah *value added statement* pada dewasa ini diartikan sebagai laporan pertambahan nilai. Di Indonesia, laporan pertambahan nilai belum berkembang seperti ini negara negara maju. Oleh karena itu, dalam penelitian ini *value added statement* merujuk pada pernyataan nilai tambah yang ada di dalam laporan tahunan perusahaan.

2. Produk dan Jasa

- Produk yang ramah lingkungan

Setiap perusahaan di seluruh dunia diharapkan menghasilkan produk ataupun jasa yang ramah lingkungan sebagai suatu bentuk partisipasi dalam menjaga dan memelihara lingkungan yang kian mengalami kerusakan.

- Status kehalalan produk

Pentingnya status kehalalan suatu produk merupakan suatu kewajiban yang harus diungkapkan oleh perusahaan dalam laporan tahunannya kepada seluruh konsumen muslim yang notabnya masyarakat Indonesia sebagian besar adalah pemeluk agama Islam. Status kehalalan suatu produk diketahui setelah mendapatkan sertifikat kehalalan produk dari Majelis Ulama Indonesia (MUI).

- Kualitas dan keamanan suatu produk

Setelah produk dinyatakan halal, hal ini yang juga penting untuk perusahaan dalam mengungkapkan produknya adalah mengenai kualitas dan keamanan produk. Produk yang berkualitas dan aman akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen terhadap suatu perusahaan. Kualitas dan keamanan suatu produk

perusahaan dinyatakan dengan adanya ISO 9000:2000 yang merupakan sertifikat manajemen mutu.

- Keluhan konsumen/indikator yang tidak terpenuhi dalam peraturan dan kode sukarela (jika ada)

Item pengungkapan selanjutnya adalah mengenai keluhan konsumen atau pelayanan pelanggan. Suatu perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada produk yang dihasilkan (*product-oriented*) melainkan memberikan pelayanan terhadap konsumen yang memuaskan (*consumer-oriented*) dengan menyediakan pusat layanan keluhan konsumen setelah proses jual beli.

3. Karyawan

Menurut Othman & Thani (2010) memaparkan bahwa masyarakat Islam ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan telah diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan seperti, upah, karakteristik pekerjaan, jam kerja per hari, libur tahunan, jaminan kesehatan dan kesejahteraan, kebijakan terkait waktu dan tepat ibadah, pendidikan dan pelatihan, kesetaraan hak, dan lingkungan kerja.

4. Masyarakat

Item-item pengungkapan dalam kriteria masyarakat yang digunakan dalam penelitian ini adalah sodaqah/donasi, wakaf, qard hassan, sukarelawan dari pihak karyawan, pemberian beasiswa, pemberdayaan kerja bagi siswa yang lulus sekolah/kuliah berupa magang atau praktek kerja lapangan, pengembangan dalam kepemudaan, peningkatan kualitas hidup masyarakat kelas bawah, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal/bantuan/kegiatan sosial lain, dan mensponsori

berbagai macam kegiatan seperti kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan dan agama. Konsep tersebut menekankan pada pentingnya saling berbagi dan meringankan beban orang lain dengan tujuan semata-mata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi dan membantu menyelesaikan permasalahan sosial di masyarakat seperti membantu memberantas buta aksara, memberikan beasiswa, dan lain-lain (Othman & Thani., 2010).

5. Lingkungan

Bagi seluruh makhluk hidup untuk melindungi lingkungan sekitarnya, konsep yang mendasari tema lingkungan dalam penelitian ini adalah mizan, I'tidal, khilafah, dan akhirah. Konsep tersebut menekankan pada prinsip keseimbangan, kesederhanaan, dan tanggung jawab dalam menjaga lingkungan. Oleh karena itu, informasi-informasi yang berhubungan dengan penggunaan sumber daya dan program-program yang digunakan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan (Othman & Thani, 2010).

6. Tata Kelola Perusahaan

Menurut Othman dan Thani (2010) perusahaan haruslah mengungkapkan semua aktivitas terlarang seperti praktek monopoli, manipulasi harga, perjudian, dan penimbunan barang yang dibutuhkan dan kegiatan melanggar hukum lainnya.

Untuk mengetahui nilai *Islamic Social Reporting (ISR)*, maka penilaian yang dilakukan adalah dengan menganalisis laporan keuangan atau data perusahaan lainnya dengan masing-masing pokok pengungkapan diberikan nilai 1 apabila pokok pengungkapan *Islamic Social Reporting (ISR)* terdapat dalam laporan keuangan atau data perusahaan, dan diberikan nilai 0 apabila pokok pengungkapan

Islamic Social Reporting (ISR) tidak terdapat dalam laporan keuangan atau data perusahaan (Aji et al., 2024). Nilai-nilai tersebut akan dijumlahkan secara keseluruhan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$ISR = \frac{\text{Jumlah item yang diungkapkan}}{\text{Jumlah skor maksimal}}$$

Dengan menggunakan perhitungan tersebut maka akan diperoleh persentase pengungkapan nilai *Corporate Social Responsibility* pada laporan keuangan perusahaan di Jakarta Islamic Index dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

Tabel 2.2
Predikat Tingkat Pengungkapan CSR Berdasarkan Indeks ISR

Predikat	Nilai Indeks
Sangat Informatif	81% - 100%
Informatif	66% - 80%
Kurang Informatif	51% - 65%
Tidak Informatif	0%-50%

Sumber : (Gustani et al., 2013)

2.1.2 Komite Audit

2.1.2.1 Pengertian Komite Audit

Menurut Arens et al (2017:135), Komite Audit merupakan anggota minoritas dari dewan direksi perusahaan yang memiliki tugas membantu auditor untuk tetap independen dari manajemen dan pada umumnya terdiri dari 3 hingga 5 atau 7 direktur yang bukan bagian dari manajemen perusahaan. Sedangkan menurut Ermawati & Arramadani (2020) Komite Audit merupakan komite operasi yang terdiri dari anggota dewan dan direktur independen atau eksternal yang memiliki tanggung jawab untuk memantau kebijakan dan prosedur keuangan organisasi,

terutama kebijakan akuntansi, pengendalian internal dan perekrutan auditor eksternal.

Menurut Indriasih (2020:36) Komite Audit merupakan komite dewan direksi dengan kerangka acuan formal atau piagam komite audit yang terbentuk sekurang-kurangnya 3 direktur, termasuk mayoritas direktur independen, audit internal juga diinspeksi oleh direktur non-eksekutif independen. Selain memiliki wewenang untuk menyelidiki setiap masalah dalam ruang lingkup tugasnya, komite audit juga bertanggung jawab untuk memastikan bahwa prosedur audit internal dilaksanakan dengan benar.

Dari beberapa definisi Komite Audit, penulis menyimpulkan bahwa Komite Audit merupakan sejumlah anggota dewan direksi perusahaan yang terdiri dari 3 hingga 5 atau 7 direktur dan dipilih untuk melakukan tugas-tugas khusus dan memiliki tanggung jawab untuk memastikan kualitas audit dan pelaporan perusahaan terutama pada kebijakan akuntansi, pengendalian internal dan perekrutan auditor eksternal.

2.1.2.2 Tugas, Tanggung Jawab dan Wewenang Komite Audit

Berdasarkan Pedoman Kerja Komite Audit dalam IDX (2019), Komite Audit memiliki tugas dan tanggung jawab atas hal-hal yang terkait dengan:

- a. Melakukan penelaahan atas informasi keuangan yang akan dikeluarkan Emiten atau Perusahaan Publik kepada publik dan/atau pihak otoritas antara lain laporan keuangan, proyeksi dan laporan lainnya terkait dengan informasi keuangan Emiten atau Perusahaan Publik;

- b. Melakukan penelaahan atas ketaatan terhadap peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan kegiatan Emiten atau Perusahaan Publik;
- c. Memberikan pendapat Independen dalam hal terjadi perbedaan pendapat antara manajemen dan Akuntan atas jasa yang diberikannya;
- d. Memberikan rekomendasi kepada Dewan Komisaris mengenai penunjukan Akuntan yang didasarkan pada independensi, ruang lingkup penugasan dan fee;
- e. Melakukan penelaahan atas pelaksanaan pemeriksaan oleh auditor internal dan mengawasi pelaksanaan tindak lanjut oleh Direksi atas temuan auditor internal;
- f. Melakukan penelaahan terhadap aktivitas pelaksanaan manajemen risiko yang dilakukan oleh Direksi, jika Emiten atau Perusahaan Publik tidak memiliki fungsi pemantau risiko di bawah Dewan Komisaris;
- g. Menelaah pengaduan yang berkaitan dengan proses akuntansi dan pelaporan keuangan Emiten atau Perusahaan Publik;
- h. Menelaah dan memberikan saran kepada Dewan Komisaris terkait dengan adanya potensi benturan kepentingan Emiten atau Perusahaan Publik; dan
- i. Menjaga kerahasiaan dokumen, data dan informasi Emiten

Sedangkan wewenang Komite Audit meliputi :

- a. Mengakses dokumen, data dan informasi Emiten atau Perusahaan Publik tentang karyawan, dana, aset dan sumber daya perusahaan yang diperlukan;

- b. Berkomunikasi langsung dengan karyawan, termasuk Direksi dan pihak yang menjalankan fungsi audit internal, manajemen risiko dan Akuntan terkait tugas dan tanggung jawab Komite Audit;
- c. Melibatkan pihak independen di luar anggota Komite Audit yang diperlukan untuk membantu pelaksanaan tugasnya (jika diperlukan); dan
- d. Melakukan kewenangan lain yang diberikan oleh Dewan Komisaris

2.1.2.3 Keanggotaan Komite Audit

Berdasarkan peraturan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) Nomor 55/POJK.04/2015 mengenai keanggotaan Komite Audit disebutkan bahwa :

- 1. Anggota Komite Audit diangkat dan diberhentikan oleh Dewan Komisaris
- 2. Komite Audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan Pihak dari Luar Emiten
- 3. Komite Audit diketuai oleh Komisaris Independen

2.1.2.4 Hubungan kerja dengan Dewan Komisaris dan Auditor

Komite Audit memiliki hubungan kerja dengan Dewan Komisaris, Auditor Internal dan Auditor Eksternal yang meliputi :

- 1. Dewan Komisaris memberikan tugas kepada Komite Audit sesuai dengan tugas, tanggung jawab dan wewenang yang tercantum dalam manual ini.
- 2. Dewan Komisaris dapat memberikan tugas khusus kepada Komite Audit.
- 3. Komite Audit melakukan fungsi pengawasan atas pelaksanaan tugas Auditor Internal dan Auditor Eksternal.

2.1.2.5 Persyaratan Keanggotaan dan Masa Tugas

Berdasarkan Pedoman Kerja Komite Audit (2019), persyaratan keanggotaan dan masa tugas Komite Audit meliputi :

a. Kualifikasi

1. Wajib memiliki integritas yang tinggi, kemampuan, pengetahuan, pengalaman sesuai dengan bidang pekerjaannya, serta mampu berkomunikasi dengan baik;
2. Wajib memahami laporan keuangan, bisnis perusahaan khususnya yang terkait dengan layanan jasa atau kegiatan usaha Emiten atau Perusahaan Publik, proses audit , manajemen risiko, dan peraturan perundang-undangan di bidang Pasar Modal serta peraturan Perundang-undangan terkait lainnya;
3. Wajib mematuhi kode etik Komite Audit yang ditetapkan oleh Emiten atau Perusahaan Publik;
4. Bersedia meningkatkan kompetensi secara terus menerus melalui pendidikan dan pelatihan;
5. Wajib memiliki paling kurang satu anggota yang berlatar belakang pendidikan dan keahlian di bidang akuntansi dan/atau keuangan;
6. Bukan merupakan orang dalam Kantor Akuntan Publik, Kantor Konsultan Hukum, Kantor Jasa Penilai Publik atau pihak lain yang memberi jasa assurance, jasa non-assurance, jasa penilai dan/atau jasa konsultasi lain kepada Emiten atau Perusahaan Publik yang bersangkutan dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir;

7. Bukan merupakan orang yang bekerja atau mempunyai wewenang dan tanggung jawab untuk merencanakan, memimpin, mengendalikan, atau mengawasi kegiatan Emiten atau Perusahaan Publik tersebut dalam waktu 6 (enam) bulan terakhir kecuali Komisaris Independen;
8. Tidak mempunyai saham langsung maupun tidak langsung pada Emiten atau Perusahaan Publik;
9. Dalam hal anggota Komite Audit memperoleh saham Emiten atau Perusahaan Publik baik langsung maupun tidak langsung akibat suatu peristiwa hukum, maka saham tersebut wajib dialihkan kepada pihak lain dalam jangka waktu paling lama 6 (enam) bulan setelah diperolehnya saham tersebut;
10. Tidak mempunyai hubungan Afiliasi dengan anggota Dewan Komisaris, anggota Direksi, atau Pemegang Saham Utama Emiten atau Perusahaan Publik tersebut; dan
11. Tidak mempunyai hubungan usaha baik langsung maupun tidak langsung dengan yang berkaitan.

b. Masa Tugas

Masa tugas anggota Komite Audit tidak boleh lebih lama dari masa jabatan Dewan Komisaris sebagaimana diatur dalam Anggaran Dasar dan dapat dipilih kembali hanya untuk satu periode berikutnya.

2.1.2.6 Dasar Hukum yang berkaitan dengan Komite Audit

1. Undang-Undang Nomor 8 tahun 1995 tentang Pasar Modal (Mengatur berbagai aspek pasar modal, termasuk kewajiban perusahaan publik untuk memiliki Komite Audit).
2. Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (Menjelaskan bahwa Komite Audit merupakan bagian dari struktur tata kelola perusahaan yang dibentuk oleh Dewan Komisaris).
3. Undang-Undang Nomor 21 tahun 2011 tentang Otoritas Jasa Keuangan (Mengalihkan fungsi pengawasan pasar modal dari Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan kepada Otoritas Jasa Keuangan, termasuk pengaturan terkait Komite Audit).
4. Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 55/POJK.04/2015 (Secara khusus mengatur pembentukan dan pedoman pelaksanaan kerja Komite Audit bagi emiten atau perusahaan publik).

2.1.2.7 Model Pengukuran Komite Audit

Menurut Ammy (2016) komite audit merupakan salah satu proksi yang terdapat dalam mekanisme pengukuran *Good Corporate Governance* disamping proksi lainnya yaitu kepemilikan instusional, kepemilikan manajerial dan proporsi dewan komisaris independent. Pada penelitian kali ini, proksi yang digunakan adalah menggunakan ukuran komite audit. Komite audit didefinisikan sebagai suatu komite yang beranggotakan satu atau lebih anggota dewan komisaris dan dapat meminta kalangan luar dengan berbagai keahlian, pengalaman dan kualitas lain yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan komite audit.

Dengan adanya salah satu mekanisme *Corporate Governance* yaitu Komite Audit diharapkan dapat memonitoring manajer perusahaan untuk lebih efektif sehingga meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan (Ahmad et al, 2023). Komite audit dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Widianingsih, 2018) :

$$KA = \frac{\sum \text{Komisaris Independen dalam Komite Audit}}{\sum \text{Anggota Komite Audit}}$$

Dengan menggunakan perhitungan tersebut maka akan diketahui kualitas komite audit suatu perusahaan. Semakin banyak anggota dalam komite audit akan mempengaruhi independensi dari komite audit dan akan berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan (Ulinuha & Putikadea, 2025). Komite Audit diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan dan membantu pelaksanaan *Good Corporate Governance*.

Komite Audit pada umumnya memiliki akses langsung dengan setiap unsur pengendalian dalam perusahaan. Sehingga diperlukan suatu mekanisme komunikasi antara komite audit dengan berbagai pihak, dengan kata lain semakin lancar komunikasi akan semakin meningkat kinerja dari pengendalian perusahaan. Selain itu peran dan tanggung jawab Komite Audit dalam segi *Good Corporate Governance* adalah berupa pengawasan terhadap proses *Corporate Governance* di perusahaan, memastikan bahwa manajemen puncak mempromosikan budaya yang kondusif bagi tercapainya *Good Corporate Governance*, memonitor kepatuhan terhadap *code of conduct* perusahaan, memahami semua permasalahan yang dapat

mempengaruhi baik kinerja keuangan maupun non-keuangan perusahaan (Ahmad et al, 2023).

2.1.2.8 Peran Komite Audit dalam *Good Corporate Governance*

Menurut Bagiana (2022:106) terdapat peran komite audit untuk menciptakan *Good Corporate Governance* melalui pemenuhan prinsip-prinsip *Corporate Governance* diantaranya :

1. Peran komite audit dalam prinsip transparansi.

Pengawasan yang dilakukan oleh komite audit akan membuat banyak informasi yang dilaporkan atau diungkapkan, sehingga sesuai dengan informasi tersebut tidak ada pihak-pihak yang terkait dengan perusahaan (*stakeholders*) yang dirugikan. Pengelolaan secara sehat untuk meningkatkan nilai yang dimiliki dari *stakeholders* atau penciptaan *Good Corporate Governance* akan dapat dipenuhi oleh adanya fungsi dari komite audit tersebut. Keberadaan komite audit di perusahaan diharapkan akan mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan proses penelaahan, pemeriksaan dan pengawasan terhadap upaya penyusunan laporan keuangan. Hal tersebut diharapkan juga membuat manajemen perusahaan untuk terbuka dalam penyajian laporan keuangan bahkan informasi-informasi lain yang dipandang penting yang disajikan bersama dengan laporan keuangan.

2. Peran komite audit dalam prinsip akuntabilitas.

Komite audit memiliki kekuatan untuk melakukan pemeriksaan terhadap laporan dari auditor internal perusahaan. Hal tersebut membuat komite audit memiliki kesempatan untuk melakukan peninjauan terhadap struktur organisasi dan deskripsi kerja masing-masing bagian di perusahaan, beserta dengan sistem

pengendalian internal yang sudah dimiliki oleh perusahaan. Hal ini dimaksudkan guna melihat apakah ada kemampuan untuk mengelola risiko terutama yang berkaitan dengan peluang yang akan dimanfaatkan oleh anggota manajemen perusahaan dalam rangka melakukan kecurangan untuk mendatangkan keuntungan bagi pihak itu sendiri.

3. Peran komite audit dalam prinsip responsibilitas.

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional dibatasi oleh adanya aturan atau undang-undang yang harus ditaati. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan juga melakukan bisnis yang sehat, bukan untuk kepentingan perusahaan sendiri tetapi juga memperhatikan nilai-nilai etika dalam bisnis. Kondisi yang ada membuat adanya prinsip *responsibility* merupakan bagian dari prinsip *good corporate governance*, sebab dalam prinsip responsibilitas diupayakan perusahaan tidak melakukan pelanggaran terhadap aturan atau undang-undang yang berlaku atau mampu memenuhi tanggung jawab sosial yang seharusnya dimiliki.

Keberadaan komite audit di perusahaan diharapkan mampu mewujudkan hal tersebut, sebab dengan adanya komite audit ada pengawasan bagi operasional bisnis perusahaan yang dilakukan oleh anggota manajemen dengan tujuan untuk tidak melakukan pelanggaran terhadap aturan atau undang-undang yang berlaku sehingga perusahaan tidak melakukan pelanggaran terhadap pihak-pihak lain, sesuai dengan aturan atau undang-undang yang berlaku. Hal ini membuktikan bahwa keberadaan komite audit mampu menciptakan *Good Corporate Governance* dengan upaya memenuhi prinsip pertanggung jawaban.

4. Peran komite audit dalam prinsip kesetaraan.

Komite audit memiliki kemampuan untuk memenuhi prinsip kewajaran dimana komite audit memiliki kemampuan untuk memberikan dorongan kepada manajemen perusahaan dalam rangka memberikan perlakuan yang wajar atau setara kepada seluruh pihak yang berkaitan dengan perusahaan. Kondisi yang ada mendatangkan kemampuan untuk memperlakukan seluruh pihak *stakeholders* secara adil.

2.1.3 Nilai Perusahaan

2.1.3.1 Konsep Dasar Nilai Perusahaan

Menurut Ningrum (2022:20), nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang terkait erat dengan harga sahamnya. Selain itu definisi nilai perusahaan yaitu rasio yang menggambarkan kondisi yang terjadi di pasar modal dan mampu memberi pemahaman bagi pihak manajemen perusahaan terhadap kondisi penerapan yang akan dilaksanakan dan dampaknya pada masa yang akan datang (Sandy et al., 2020)

Selain itu, menurut Mayangsari (2018), nilai perusahaan adalah kinerja perusahaan yang dicerminkan oleh harga saham yang dibentuk oleh permintaan dan penawaran pasar modal yang merefleksikan penilaian masyarakat terhadap kinerja perusahaan. Persepsi investor mengenai seberapa sukses suatu perusahaan dalam mengelola sumber daya dicerminkan oleh nilai perusahaan. Harga saham yang diperdagangkan di bursa efek merupakan sebuah tolak ukur dari nilai perusahaan. Semakin tinggi harga saham maka semakin tinggi nilai perusahaan dan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan (Chiquitta, 2021)

Dari beberapa penjelasan diatas, penulis menyimpulkan bahwa nilai perusahaan merupakan indikator penting yang mencerminkan kinerja dan potensi bisnis. Memahami nilai perusahaan membantu investor dalam membuat keputusan investasi dan memberikan gambaran tentang keberhasilan manajemen dalam mengelola sumber daya. Dengan demikian, menjaga dan meningkatkan nilai perusahaan menjadi prioritas bagi setiap entitas bisnis.

2.1.3.2 Jenis-jenis Nilai Perusahaan

Berdasarkan metode perhitungan yang digunakan, jenis-jenis nilai perusahaan terbagi menjadi beberapa bagian diantaranya (Yulius & Josua, 2007) :

1. Nilai Nominal : nilai yang secara resmi dicantumkan dalam anggaran dasar suatu perseroan. Secara eksplisit nilai ini terdokumentasi dalam neraca dan dijelaskan dalam surat saham kolektif.
2. Nilai Intrinsik : nilai perusahaan yang tidak hanya terbatas pada harga total asetnya melainkan nilai yang mencakup nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang berpotensi untuk menghasilkan laba di masa depan.
3. Nilai Pasar : harga yang terbentuk melalui proses tawar menawar di pasar saham. Ketika saham perusahaan diperdagangkan, maka ada kemungkinan penentuan nilai dapat terjadi. Nilai pasar biasa disebut dengan *kurs*.
4. Nilai Likuidasi : nilai yang mengacu pada nilai jual dari seluruh asset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Perhitungan nilai likuidasi dilakukan dengan cara menghitung nilai buku berdasarkan neraca performa yang disusun ketika perusahaan akan dilikuidasi.

5. Nilai Buku : nilai yang dihitung dengan membagi selisih antara total asset dan total hutang dengan jumlah saham yang beredar. Perhitungan ini dihitung berdasarkan konsep akuntansi dengan perhitungan yang sederhana.

2.1.3.3 Pengukuran Nilai Perusahaan

Menurut Ningrum (2022:23) pengukuran nilai perusahaan terdiri dari :

1. *Price Book Value (PBV)*

Price Book value adalah rasio yang membandingkan harga pasar saham dengan nilai buku per saham. Hal ini mencerminkan seberapa besar pasar menghargai nilai buku perusahaan. *Price Book Value* digunakan sebagai indikator tentang apakah harga saham yang diperdagangkan di atas (*overvalued*) atau di bawahnya (*undervalued*) nilai buku sahamnya. Adapun rumus yang digunakannya yaitu :

$$PBV = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Nilai Buku per Saham}}$$

2. *Price Earning Ratio (PER)*

Price Earning Ratio (Rasio Harga Laba) digunakan untuk mengukur hubungan antara harga saham dan laba per saham. Rasio ini memberikan gambaran tentang sejauh mana perbandingan antara harga saham suatu perusahaan dan laba yang dinikmati oleh pemegang saham. Semakin tinggi rasio harga perolehan maka akan semakin tinggi pertumbuhan laba yang diharapkan oleh investor. Adapun rumus yang digunakannya yaitu :

$$PER = \frac{\text{Harga Pasar per Lembar Saham}}{\text{Laba per lembar saham}}$$

3. *Tobins'Q*

Tobins'Q adalah rasio yang mengukur nilai pasar aset suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar total saham yang beredar dan hutang dengan biaya penggantian aset perusahaan. Rasio ini digunakan untuk menilai potensi pertumbuhan dan investasi suatu perusahaan. *Tobins'Q* merupakan indikator statistik yang berfungsi sebagai representasi nilai perusahaan dari perspektif investor. Adapun rumus yang digunakannya yaitu :

$$Q = \frac{(MVE + DEBT)}{TA}$$

Keterangan :

- Q adalah hasil rasio nilai perusahaan
- MVE (*Market value of equity*) adalah nilai pasar ekuitas atau nilai pasar saham biasa. Rumus untuk mendapatkan MVE yaitu :

$$MVE = \text{Jumlah Saham Beredar} \times \text{Harga Saham Akhir Tahun}$$

- DEBT adalah total utang yang dimiliki oleh perusahaan baik itu utang lancar maupun utang jangka Panjang.

$$DEBT = \text{Utang Lancar} + \text{Utang Jangka Panjang}$$

- TA (*Total Assets*) adalah total asset yang dimiliki oleh perusahaan.

Untuk interpretasi hasil perhitungan rasio *Tobins'Q* yaitu sebagai berikut :

1. *Tobins'Q* < 1, menunjukkan bahwa saham berada dalam kondisi *undervalued*. Hal ini menjelaskan bahwa manajemen gagal mengelola

asset yang dimiliki oleh perusahaan serta tidak ada kemungkinan investasi akan berkembang.

2. *Tobins'Q* = 1, menunjukkan bahwa saham dalam kondisi normal dan manajemen tidak bergerak dalam mengelola asetnya. Potensi investasi pada kondisi seperti ini yaitu tidak berkembang.
3. *Tobins'Q* > 1, menunjukkan saham berada dalam kondisi *overvalued*. Manajemen dapat menjaga dan mengelola asset perusahaannya dengan baik. Potensi pertumbuhan investasi sangat besar dan tinggi.

Berdasarkan jenis-jenis pengukuran nilai perusahaan, pada penelitian ini penulis mengambil proksi rasio *Tobins'Q*. Menurut Hidayat & Farida (2021), pemilihan rasio *Tobins'Q* dijadikan sebagai indikator nilai perusahaan dikarenakan Rasio *Tobins'Q* dinilai dapat memberikan informasi terbaik yang memuat semua unsur hutang dan modal saham perusahaan termasuk seluruh asset perusahaan.

2.1.4 Profitabilitas

2.1.4.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Hery (2018:192) Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Sedangkan menurut Kasmir (2019:115) profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan dan memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan.

Menurut Chynthiwati & Jonnardi (2022) rasio profitabilitas adalah suatu rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan.

Profitabilitas adalah faktor penting yang perlu dipertimbangkan dalam menentukan struktur modal perusahaan, karena perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi cenderung menggunakan lebih sedikit utang disebabkan laba ditahan yang tinggi mampu memenuhi sebagian besar kebutuhan pendanaannya melalui sumber internal (Kasmir, 2019:116).

Dengan demikian berdasarkan beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa profitabilitas merupakan rasio yang mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi. Semakin baik rasio profitabilitas maka akan semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan.

2.1.4.2 Jenis dan Pengukuran Profitabilitas

Menurut Kasmir (2018:196) dan Sartono (2017:123) secara umum terdapat 4 (empat) jenis rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat profitabilitas suatu perusahaan, diantaranya meliputi :

1. *Gross Profit Margin (GPM)*

Rasio ini digunakan untuk mengukur persentase dari laba kotor dibandingkan dengan penjualan suatu perusahaan. Hal yang perlu diperhatikan adalah nilai *Gross Profit Margin (GPM)* sangat dipengaruhi oleh harga pokok penjualan. Menurut Fajrin & Laily (2016) rumus untuk menghitung GPM adalah sebagai berikut:

$$\text{GPM} = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Semakin besar *Gross Profit Margin* (GPM) yang diperoleh, maka semakin baik pula operasional perusahaannya. Hal ini menunjukkan bahwa harga pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan dengan penjualan. Begitupun sebaliknya, semakin rendah *Gross Profit Margin* (GPM) maka semakin kurang baik pula kinerja operasional perusahaan. Rata-rata standar industri untuk nilai *Gross Profit Margin* (GPM) ini adalah 30% (Kasmir, 2018:200).

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Rasio ini merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan suatu perusahaan (Sartono, 2017:123). Pengukuran rasio ini dilakukan dengan membandingkan penjualan yang telah dikurangi seluruh beban dan pajak dengan total penjualan. Margin laba yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan memperoleh hasil yang baik melebihi harga pokok penjualan.

Semakin besar *Net Profit Margin* (NPM) maka semakin produktif pula kinerja perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor untuk menanamkan modal pada perusahaan tersebut (Ass, 2020). Adapun rumus untuk menghitung *Net Profit Margin* (NPM) yaitu sebagai berikut:

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba bersih sesudah pajak}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

Rasio ini mengukur persentase laba bersih dari penjualan. Semakin tinggi *Net Profit Margin* (NPM) maka semakin baik kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio ini juga menunjukkan efektivitas manajemen dalam

memberi imbalan bagi pemilik modal. Rata-rata standar industri untuk Net Profit Margin adalah 20% (Kasmir, 2018:201).

3. *Return on Equity* (ROE)

Rasio ini digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu (Hanafi & Halim, 2018:79). *Return on Equity* (ROE) merupakan rasio yang mengukur profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham, tetapi tidak memperhitungkan dividen dan *capital gain* untuk pemegang saham. Berikut rumus untuk perhitungan *Return on Equity* (ROE) (Hanafi & Halim, 2018:79):

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih setelah pajak (EAT)}}{\text{Total Ekuitas}}$$

Return on Equity (ROE) yang tinggi menunjukkan efektivitas dan efisiensi manajemen, kinerja perusahaan yang baik dalam menghasilkan laba dibandingkan dengan ekuitasnya serta mencerminkan kemampuan manajemen dalam memanfaatkan modal saham untuk operasionalnya (Ass, 2020). Menurut Kasmir (2018:205) standar umum rata-rata industri untuk ROE adalah 40%.

4. *Return on Assets* (ROA)

Menurut Sartono (2010:124) rasio ini digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aset yang dipergunakan oleh perusahaan. *Return on Assets* (ROA) sering dipakai oleh manajemen untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan dan menilai kinerja operasional dalam memanfaatkan sumber daya yang dimiliki perusahaan dengan

mempertimbangkan masalah pembiayaan terhadap aset tersebut. Berikut merupakan rumus perhitungan rasio *Return on Assets* (ROA):

$$ROA = \frac{EBIT}{Total\ Aktiva}$$

Return on Assets (ROA) yang mendekati 1 menunjukkan profitabilitas perusahaan yang semakin baik, karena setiap aset yang ada dapat menghasilkan laba. Sehingga semakin tinggi nilai *Return on Assets* (ROA), semakin baik pula kinerja keuangan suatu perusahaan. *Return on Assets* (ROA) menunjukkan kemampuan atas modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan laba. Standar rata-rata industri untuk nilai *Return on Assets* (ROA) adalah 30% (Kasmir, 2018:203).

Atas penjelasan tersebut, dalam penelitian ini penulis akan menggunakan *Return On Asset* (ROA) sebagai indikator pengukuran dari variabel moderasi profitabilitas dimana *Return On Asset* (ROA) ini akan menjadi variabel yang memperkuat atau memperlemah *Corporate Social Responsibility* dan Komite Audit terhadap nilai perusahaan.

2.1.5 Kajian Empiris

Dalam setiap penelitian memiliki dasar dan landasan yang akan dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan, baik dalam bentuk teori maupun hasil penelitian terdahulu. Secara umum, penelitian terdahulu didefinisikan sebagai sumber informasi dari hasil-hasil penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk memperluas dan memperdalam teori yang akan digunakan dalam kajian baru. Penelitian ini berfungsi sebagai inspirasi yang membantu peneliti untuk mengetahui kelebihan

dan kekurangan dari penelitian sebelumnya sehingga dapat menghasilkan karya yang orisinal dan inovatif.

Pada bagian ini, peneliti menyajikan hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang hendak dilakukan. Dengan melakukan Langkah ini, diharapkan dapat dilihat sejauh mana orisinalitas dari penelitian yang hendak dilakukan. Adapun penelitian yang mempunyai keterkaitan atau relasi dengan penelitian ini, antara lain:

1. Muhamad Iqbal dan Rio Johan Putra (2018), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Perencanaan Pajak sebagai Variabel Moderating” (Survei pada perusahaan yang terdaftar di index SRI KEHATI periode 2012-2016). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan, komisaris independen terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan, kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan, perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan berpengaruh negatif signifikan. Sedangkan perencanaan pajak sebagai variabel moderating tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel independen dengan dependen.
2. Muhammad Erfani dan Nena Yusvita (2022), melakukan penelitian tentang “Pengaruh *Intellectual Capital*, *Good Corporate Governance* (GCG) dan *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan

Profitabilitas sebagai Variabel Intervening” (Survei pada Bank Umum Syariah yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan periode 2018-2020). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Intellectual Capital* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance (GCG)* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Intellectual Capital* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. *Good Corporate Governance (GCG)* berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara *Good Corporate Governance (GCG)* terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara *Islamic Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

3. Ghufroon Nurul Majid dan Agus Purwanto (2024), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi” (Studi Empiris pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* periode 2017-2022). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak dapat memperkuat atau memoderasi hubungan antara

Good Corporate Governance dan Nilai Perusahaan. *Corporate Social Responsibility* tidak mampu memperkuat profitabilitas dengan nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat memperlemah hubungan antara Solvabilitas dan Nilai Perusahaan.

4. Didit Apriandi, Isnani Hari Mardika dan Tri Budi Astuti (2022), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Biaya Lingkungan dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening” (Survei pada Perusahaan Tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel biaya lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Variabel *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Variabel biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas terbukti memediasi pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terbukti memediasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.
5. Cahya Ayu Mulia Putri Rasyid, Eni Indriani dan Robith Hudaya (2022), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh

signifikan perusahaan. Ukuran terhadap perusahaan nilai dan profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan struktur modal terhadap nilai perusahaan

6. Dewi Anggraini (2021), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Volatilitas Arus Kas terhadap Nilai Perusahaan dengan *Investment Opportunity Set* sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2018). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Volatilitas Arus Kas berpengaruh terhadap Nilai perusahaan dan *Investment Opportunity Set* dapat memoderasi hubungan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Volatilitas Arus Kas terhadap Nilai perusahaan.
7. Dhwan Fasya Nur Hidayat & Farida (2021), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance*, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan manufaktur sektor minuman dan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Good Corporate Governance* yang diproksikan melalui ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan *Good Corporate Governance* yang diproksikan melalui ukuran dewan komisaris, dan

profitabilitas yang diproksikan melalui *Return On Asset*, serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

8. Siti Nur Arofah dan Khomsiyah (2023), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Environmental Social Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan yang terdaftar dalam program pemeringkatan CGPI dan *ES Refinitiv Scores* periode 2019-2021). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* dan *Environmental Social Governance* tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan (ROA) dapat memberikan hasil secara signifikan memperkuat pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Environmental Sosial Governance* terhadap Nilai Perusahaan.
9. Della Widhyastuti, Anny Widiasmara dan Heidy Paramitha Devi (2022), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Slack Resource* dan *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Slack resource* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat memoderasi pengaruh *slack resource* terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social*

Responsibility tidak dapat memoderasi pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.

10. Agus Kurniawan, Ahmad Hazas Syarif dan Desiyana Safitri (2024), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Islamic Corporate Governance* dan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan di Bank Umum Syariah Periode 2018-2021”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa *Islamic Corporate Governance* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan manajemen laba secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
11. Anisa Hediyantri Muasiri dan Erna Sulistyowati (2021), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *intellectual capital* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate Governance* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)* dapat memoderasi pengaruh *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Asset (ROA)* tidak dapat memoderasi pengaruh *Corporate Governance* terhadap nilai perusahaan.
12. Hafidh Ahmad Rizqi Pratama dan Vera Maria (2023), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Intellectual Capital*, *Good Corporate Governance* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan dengan dimediasi oleh Profitabilitas” (Survei pada perusahaan industri properti dan *real estate*

yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Intellectual Capital* memiliki pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, *Good Corporate Governance* tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh pada Nilai Perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. *Intellectual Capital* tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas. *Good Corporate Governance* memiliki pengaruh negatif terhadap Profitabilitas. *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh atau tidak ada pengaruh terhadap Profitabilitas. Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *Intellectual Capital* terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *Good Corporate Governance* terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan.

13. Anak Agung Ayu Astari Fana dan Gine Das Prena (2021), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

14. Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto (2020), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, *Leverage* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR), *leverage* dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
15. Ni Putu Yeni & Astiti (2024), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Profitabilitas, *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. *Good Corporate Governance* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
16. Ratih Kusuma Mawardani, Imam Baidlowi, Tatas Ridho Nugroho dan Nur Ainiyah (2023), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Good Corporate Governance* dan *Firm Size* terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi” (Studi Empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* (GCG) dan

firm size berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara *Good Corporate Governance* (GCG) dan *firm size* terhadap nilai perusahaan.

17. Sugeng Hariadi dan Rifa Mufticha Nurwanda (2024), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Carbon Emission Disclosure*, *Corporate Social Responsibility* dan *Green Accounting* terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai Variabel Intervening” (Survei pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Carbon Emission Disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, *Carbon Emission Disclosure* tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, *Green Accounting* tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, *Carbon Emission Disclosure* melalui profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* melalui profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan *Green Accounting* melalui profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
18. Wulandary Ramadhani dan Vamica Serly (2023), melakukan penelitian tentang “Pengaruh Ukuran Dewan Direksi dan *Islamic Corporate Social Responsibility*

terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Bank Syariah yang Terdaftar di OJK Tahun 2016-2020”. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Ukuran Dewan Direksi mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2015-2020 dan *Islamic Corporate Social Responsibility* tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2015-2020.

19. Rilla Gantino dan Leli Ruliati Alam (2020), melakukan penelitian mengenai “Pengaruh *Intellectual Capital* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Kinerja Keuangan” (Survei pada industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018). Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara simultan *intellectual capital* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, secara parsial *intellectual capital* berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan berhasil memoderasi hubungan keduanya, *corporate social responsibiliy* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, selain itu secara simultan kinerja keuangan berhasil memoderasi hubungan antara *intellectual capital* dan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, secara parsial kinerja keuangan berhasil memoderasi hubungan antara *intellectual capital* terhadap nilai perusahaan, sedangkan secara parsial kinerja keuangan tidak mampu memoderasi hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan nilai perusahaan.
20. Vincent Loekito dan Loh Wenny Setiawati (2021), melakukan penelitian mengenai “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Ukuran

Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019”. Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Untuk penjelasan lebih lanjut, berikut adalah ringkasan yang dimuat dalam bentuk tabel mengenai persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu :

Tabel 2.3
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama, Tahun dan Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian	Sumber
1.	Muhamad Iqbal dan Rio Johan Putra (2018), “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Perencanaan Pajak sebagai Variabel Moderating” (Survei pada perusahaan yang terdaftar di index SRI KEHATI periode 2012-2016).	X1 = <i>CSR</i> X2 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	Z = Perencanaan Pajak	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>CSR</i> terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan, komisaris independen terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan, kepemilikan institusional terhadap nilai perusahaan berpengaruh positif signifikan, perencanaan pajak terhadap nilai perusahaan berpengaruh negatif signifikan. Sedangkan perencanaan pajak sebagai variabel moderating tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel independen dengan dependen.	Jurnal Media Studi Ekonomi Hal :1-9, Vol 21 No.1, Januari 2018, e-ISSN 2502-6690

2.	Muhammad Erfani dan Nena Yusvita (2022), “Pengaruh Intellectual Capital, <i>Good Corporate Governance</i> dan Islamic <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening” (Survei pada Bank Umum Syariah yang terdaftar pada Otoritas Jasa Keuangan periode 2018-2020).	X2 = <i>GCG</i> X3 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan Z = Profitabilitas	X1 = <i>IC</i>	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Intellectual Capital</i> berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Intellectual Capital</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh negatif terhadap profitabilitas. <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak memediasi hubungan antara Islamic <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Hal 23-37 Vol. 1, No 2, Mei 2022 e-ISSN: 2829-6397
----	--	--	----------------	--	--

3.	Ghufron Nurul Majid dan Agus Purwanto (2024), “Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Profitabilitas dan Solvabilitas terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Moderasi” (Studi Empiris pada perusahaan yang terdaftar di <i>Jakarta Islamic Index</i> periode 2017-2022).	X1 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	X2 = Profitabilitas X3 = Solvabilitas Z = <i>CSR</i>	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Solvabilitas berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak dapat memperkuat atau memoderasi hubungan antara <i>Good Corporate Governance</i> dan Nilai Perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak mampu memperkuat profitabilitas dengan nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memperlemah hubungan antara Solvabilitas dan Nilai Perusahaan.	Jurnal Akuntansi Hal 1-14, Vol 13, No. 1, 2024 E-ISSN : 2337-3806
4.	Didit Apriandi, Isnani Hari Mardika dan Tri Budi Astuti (2022), “Pengaruh Biaya Lingkungan dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Intervening” (Survei pada Perusahaan Tambang yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2016).	X2 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan Z = Profitabilitas	X1 = Biaya Lingkungan	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel biaya lingkungan berpengaruh positif terhadap profitabilitas. Variabel <i>GCG</i> berpengaruh positif terhadap profitabilitas, variabel biaya lingkungan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>GCG</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, profitabilitas terbukti memediasi pengaruh biaya lingkungan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas terbukti memediasi pengaruh	Jurnal Digital Akuntansi Hal 99-115 Vol. 2(2) Juli – Desember 2022, E-ISSN: 2828-4232

				GCG terhadap nilai perusahaan.	
5.	Cahaya Ayu Mulia Putri Rasyid, Eni Indriani dan Robith Huda (2022), “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Struktur Modal terhadap Nilai Perusahaan dengan ukuran perusahaan dan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019).	X1 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan Z = Profitabilitas	X2 = Struktur Modal	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, struktur modal berpengaruh signifikan perusahaan. Ukuran terhadap perusahaan nilai dan profitabilitas tidak dapat memoderasi pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan struktur modal terhadap nilai perusahaan	Jurnal Aplikasi Akuntansi Hal 136-156 Vol. 7 Oktober 2022, P-ISSN: 2549-158X E-ISSN: 2622-2434
6.	Dewi Anggraini (2021), “Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> dan Volatilitas Arus Kas terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Investment Opportunity Set</i> sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-	X1 = <i>CSR</i> X2 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	X3 = Volatilitas Arus Kas Z = <i>IOS</i>	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance, Volatilitas Arus Kas</i> berpengaruh terhadap Nilai perusahaan dan <i>Investment Opportunity Set</i> dapat memoderasi hubungan <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> dan Volatilitas Arus Kas terhadap Nilai perusahaan	Jurnal Perspektif Manajerial dan Wirausaha (JPMK) Hal 104-119 Vol 1, issue 2, Mei 2021 P-ISSN: 2747-0180; E-ISSN: 2747-0199

	2018).				
7.	Dhwan Fasya Nur Hidayat & Farida (2021) "Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> , Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan" (Survei pada perusahaan manufaktur sektor minuman dan makanan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019).	X1 = <i>CSR</i> X2 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	X3 = Profitabilitas X4 = Ukuran Perusahaan	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> yang diproksikan melalui ukuran komite audit berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan <i>Good Corporate Governance</i> yang diproksikan melalui ukuran dewan komisaris, dan profitabilitas yang diproksikan melalui <i>Return On Asset</i> , serta ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal UNIMMA : Hal 748-764 Vol 2 No. 6, 2021 E-ISSN: 3025-1192
8.	Siti Nur Arofah dan Khomsiyah (2023), "Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Environmental Social Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan Kinerja Keuangan sebagai Variabel Moderasi" (Survei pada perusahaan yang terdaftar dalam program pemeringkatan CGPI dan ES Refinitiv Scores periode 2019-2021).	X1 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	X2 = <i>ESG</i> Z = Kinerja Keuangan	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Environmental Social Governance</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan (ROA) dapat memberikan hasil secara signifikan memperkuat pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Environmental Sosial Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis Hal 125-133, Vol 5, No. 1, Maret 2023, E-ISSN: 2714-8491
9.	Della Widhyastuti, Anny Widiasmara,	X3 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	X1 = Profitabilitas	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa profitabilitas berpengaruh	Jurnal Seminar Inovasi

	Heidy Paramitha Devi (2022), “Pengaruh Profitabilitas, <i>Slack Resource</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan <i>Corporate Social Responsibility</i> sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020).	$X2 = \text{Slack Resource}$ $Z = \text{CSR}$		terhadap nilai perusahaan. <i>Slack resource</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> dapat memoderasi pengaruh profitabilitas dan <i>slack resource</i> terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak dapat memoderasi pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan.	Manajemen Bisnis dan Akuntansi 4 September 2022, E-ISSN: 2686-1771
10.	Agus Kurniawan, Ahmad Hazas Syarif dan Desiyana Safitri (2024), “Pengaruh <i>Islamic Corporate Governance</i> dan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan di Bank Umum Syariah Periode 2018-2021”.	$X1 = \text{ICG}$ $Y = \text{Tobins } Q$	$X2 = \text{Manajemen Laba}$	<i>Islamic Corporate Governance</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan manajemen laba secara parsial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmiah Raflesia Akuntansi : Hal 97-102, Vol 10, No. 1, 2024
11.	Anisa Hediyantri Muasiri dan Erna Sulistyowati (2021), “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan	$X2 = \text{GCG}$ $Y = \text{Nilai Perusahaan}$ $Z = \text{Profitabilitas}$	$X1 = \text{IC}$	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>intellectual capital</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Good Corporate Governance</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas yang diproseskan dengan <i>Return On Asset (ROA)</i> dapat memoderasi	Jurnal Ekonomi & Bisnis Hal:426-436 Vol.4 No. 1 Juni 2021

	Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019)..			pengaruh <i>intellectual capital</i> terhadap nilai perusahaan. Sedangkan untuk profitabilitas yang diproksikan dengan <i>Return On Asset (ROA)</i> tidak dapat memoderasi pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> terhadap nilai perusahaan	
12.	Hafidh Ahmad Rizqi Pratama dan Vera Maria (2023), “Pengaruh <i>Intellectual Capital, Good Corporate Governance</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan dimediasi oleh Profitabilitas” (Survei pada perusahaan industri <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2021).	X2 = <i>GCG</i> X3 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan Z = Profitabilitas	X1 = <i>IC</i>	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Intellectual Capital</i> memiliki pengaruh negatif terhadap Nilai Perusahaan, <i>Good Corporate Governance</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Nilai Perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh pada Nilai Perusahaan. Profitabilitas memiliki pengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. <i>Intellectual Capital</i> tidak memiliki pengaruh terhadap Profitabilitas. <i>Good Corporate Governance</i> memiliki pengaruh negatif terhadap Profitabilitas. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh atau tidak ada pengaruh terhadap Profitabilitas. tidak dapat memediasi hubungan antara <i>Intellectual Capital</i> terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas tidak dapat memediasi hubungan antara <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan.	Jurnal Cakrawala Ilmiah Hal : 2373-2388 Vol.2, No.6 Februari 2023

13.	Gine Das Prena dan Anak Agung Ayu Astari Fana (2021), “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , <i>Good Corporate Governance</i> dan kepemilikan Manajerial terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2018-2020). yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018).	X1 = <i>CSR</i> X2 = <i>GCG</i> Y = Nilai perusahaan	X3 = Kepemilikan Manajerial	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis Hal 17-29 Vol.6 No. 2 Desember 2021 e-ISSN : 2528-1216 P-ISSN : 2528-2093
14.	Nadhia Dwi Apridawati dan Suwardi Bambang Hermanto (2020), “Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Profitabilitas, <i>Leverage</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2018).	X1 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan	X2 = Profitabilitas X3 = <i>Leverage</i> 4 = Ukuran Perusahaan	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> , leverage dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi Hal 1-23 Vol.9 No.11, November 2020 e-ISSN : 2460-0585
15.	Ni Putu Yeni Astiti (2024), “Pengaruh Profitabilitas,	X2 = <i>CSR</i> X3 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan	X1 = Profitabilitas X4 = Ukuran Perusahaan	Hasil penelitian menyimpulkan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif	Jurnal Ekonomi dan Bisnis Hal: 1162-

	<i>Corporate Social Responsibility, Good Corporate Governance</i> dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan” (Survei pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019).			terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. <i>Good Corporate Governance</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	1170, Vol.8, N0.2 September 2024 E- ISSN : 2597-8829
16.	Ratih Kusuma Mawardani, Imam Baidlowi, Tatas Ridho Nugroho dan Nur Ainiyah (2023), “Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> dan <i>Firm Size</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai variabel moderasi” (Studi Empiris pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2022).	X1 = <i>GCG</i> Y = Nilai Perusahaan Z = Profitabilitas	X2 = <i>Firm Size</i>	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan <i>firm size</i> berpengaruh signifikan positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara <i>Good Corporate Governance</i> (GCG) dan <i>firm size</i> terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Riset Ilmu Manajemen Bisnis dan Akuntansi Hal: 1-15 Vol.1 No.3 Agustus 2023 e- ISSN : 2988-6881
17.	Sugeng Hariadi dan Rifa Mufticha Nurwanda (2024), “Pengaruh <i>Carbon Emission Disclosure, Corporate Social Responsibility</i>	X2 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan Z = Profitabilitas	X1 = <i>CED</i> X3 = <i>Green Accounting</i>	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap nilai	Jurnal Lentera Bisnis Hal: 714-723 Vol. 13 No.2, Mei 2024 p- ISSN : 2252-9993

	dan <i>Green Accounting</i> terhadap Nilai Perusahaan dengan profitabilitas sebagai Variabel Intervening” (Survei pada perusahaan sektor energi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2020-2022).			perusahaan, <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, <i>Carbon Emission Disclosure</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan terhadap profitabilitas, <i>Green Accounting</i> tidak berpengaruh terhadap profitabilitas, Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan, <i>Carbon Emission Disclosure</i> melalui profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Corporate Social Responsibility</i> melalui profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dan <i>Green Accounting</i> melalui profitabilitas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.	E-ISSN : 2598-6181
18.	Wulandary Ramadhani dan Vanica Serly (2023), “Pengaruh Ukuran Dewan Direksi dan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan: Studi pada Bank Syariah yang Terdaftar di OJK Tahun 2016-2020”.	X2 = <i>ICSR</i> Y = Nilai Perusahaan	X1 = Dewan direksi	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa Ukuran Dewan Direksi mempunyai pengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada Bank Umum Syariah di Indonesia tahun 2015-2020 dan <i>Islamic Corporate Social Responsibility</i> tidak mempunyai pengaruh terhadap nilai perusahaan pada Bank Umum	Jurnal Nuansa Karya Akuntansi Hal 60-68, Vol. 1, No. 1, April 2023

Syariah di Indonesia tahun 2015-2020					
19.	Rilla Gantino dan Leli Ruliati Alam (2020), “Pengaruh <i>Intellectual Capital</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Nilai Perusahaan yang dimoderasi oleh Kinerja Keuangan” (Survei pada industri dasar dan kimia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2018).	X2 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan	X1 = <i>IC</i> Z = Kinerja Keuangan	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa secara simultan <i>intellectual capital</i> dan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan, secara parsial <i>intellectual capital</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan kinerja keuangan berhasil memoderasi hubungan keduanya, <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Bisnis dan Manajemen Hal 215-230 Vol. 10 No.2, Oktober 2020 P-ISSN: 2087-2038 E-ISSN : 2461-1182
20.	Vincent Loekito dan Loh Wenny Setiawati (2021), “Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019”.	X1 = <i>CSR</i> Y = Nilai Perusahaan	X2 = Ukuran Perusahaan X3 = Profitabilitas	Hasil penelitiannya menyimpulkan bahwa <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Jurnal Akuntansi, Auditing dan Keuangan Hal:01-26 Vol. 18 No.1, Maret 2021 P-ISSN : 1693-9441 E-ISSN : 2620-4320

Gina Aprina (213403031)

Judul : “Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi” (Survei pada Perusahaan di *Jakarta Islamic Index* periode 2018-2023)

Sumber: Diolah Penulis, 2025

2.2 Kerangka Pemikiran

Tahun 2023 merupakan tahun yang dipenuhi oleh resesi dan perlambatan ekonomi global yang menjadi ancaman terutama adanya ketegangan geopolitik yang mengakibatkan perubahan besar pada tatanan rantai pasok perusahaan yang berpengaruh pada perekonomian di Indonesia (Mahdiyan, 2023). Atas peristiwa tersebut, persaingan yang ketat pun mulai terjadi diantara berbagai perusahaan untuk meningkatkan kinerja masing-masing perusahaan. Tujuan utama perusahaan meningkatkan kinerjanya adalah untuk memaksimalkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Purwita et al., 2019).

Menurut Susilowati (2016), nilai perusahaan merupakan gambaran suatu perusahaan dalam keadaan baik atau sebaliknya. Nilai perusahaan dapat dilihat melalui harga saham dari perusahaan itu sendiri (Klofilda et al., 2019). Semakin tinggi harga saham dari perusahaan tersebut maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan. Penilaian atas nilai perusahaan dapat digunakan menggunakan rasio *Tobin's Q*. Menurut Hidayat (2021), pemilihan rasio *Tobin's Q* dijadikan sebagai indikator nilai perusahaan dikarenakan Rasio *Tobin's Q* dinilai dapat memberikan informasi terbaik yang memuat semua unsur hutang dan modal saham perusahaan termasuk seluruh asset perusahaan.

Nilai perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor baik internal maupun eksternal. Dalam penelitian ini *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Komite Audit dijadikan fokus penulis untuk melihat pengaruhnya terhadap nilai perusahaan dengan Profitabilitas yang dijadikan sebagai variabel moderasi pada Perusahaan di *Jakarta Islamic Index* periode 2018-2023.

Menurut Badria (2021) definisi dari *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan tanggung jawab sosial perusahaan atas operasi bisnis yang dilakukan berdasarkan konsep *Pentuple Bottom Line*, yaitu *people, planet, prosperity, peace and partnership*. Konsep *Pentuple Bottom Line* ini mengarahkan manajemen dan pemangku kepentingan untuk berperilaku lebih hormat dan membangkitkan kesadaran jiwa manusia dan mengedepankan kepentingan bersama yang bukan bertujuan untuk kepentingan kapitalis, melainkan untuk alam semesta dan manusia dalam mencari keridhaan Tuhan Yang Maha Esa (Wardokhi et al., 2023). Dalam pelaksanaannya, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan dapat menjadi wujud transparansi dari perusahaan terhadap *stakeholder*.

Perusahaan yang mewujudkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* akan mempertimbangkan biaya dan manfaat yang diperoleh dari pengungkapan informasi sosial tersebut (Putra & Putri, 2022). Apabila manfaat yang diperoleh dengan mengungkapkan informasi tersebut lebih besar dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mengungkapkannya maka perusahaan akan dengan sukarela mengungkapkan informasi tersebut (Santioso & Devona, 2012)

Berdasarkan teori *stakeholder* yang dikemukakan oleh Freeman (2010), teori *stakeholder* merupakan teori mengenai organisasional manajemen dan etika bisnis yang membahas moral dan nilai dalam mengatur organisasi. Teori *stakeholder* memberikan gambaran bahwa perusahaan sebagai suatu *nexus of contract* (kumpulan kontrak-kontrak) memasukan investor dan non investor sebagai *stakeholders* perusahaan. *Stakeholder* merupakan semua pihak yang

keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing, pemerintah dan lingkungan sosial (Irawan & Muarifah, 2020).

Menurut teori tersebut, pada dasarnya tanggung jawab perusahaan tidak terbatas pada memaksimalkan laba demi kepentingan pemegang saham namun lebih luas lagi yakni menciptakan kesejahteraan bagi kepentingan *stakeholder*, yaitu semua pihak, golongan ataupun kelompok yang mempunyai keterkaitan terhadap perusahaan (Sekarwigati & Effendi, 2019). Menurut Daud dan Amri (2008), kelompok tersebut menjadi pertimbangan paling penting untuk perusahaan mengungkapkan informasinya. Perusahaan harus menjaga hubungan yang baik terhadap *stakeholder* serta mendudukinya dalam menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan yang dapat mendukung tujuan perusahaan. *Corporate Social Responsibility* dapat dijadikan sebagai strategi perusahaan terkait dampak sosial dan lingkungan yang muncul karena adanya aktivitas perusahaan (Purnamasari, 2018).

Metode yang akan digunakan penulis dalam mengukur *Corporate Social Responsibility* ini adalah dengan menganalisis seberapa banyak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan melalui pengukuran *Indeks Social Reporting (ISR)*. Jika pengungkapan *Corporate Social Responsibility* oleh perusahaan semakin baik maka *stakeholder* akan memberikan dukungan yang penuh dalam meningkatkan kinerja dan pencapaian laba yang diharapkan oleh perusahaan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (Irmalasari et al., 2022). Pengaruh yang diberikan oleh *Corporate Social*

Responsibility terhadap nilai perusahaan didukung oleh penelitian sebelumnya yang mengemukakan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan yakni penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Murtanto (2023) dan Kesumastuti & Dewi (2021).

Berdasarkan penelitian tersebut, banyaknya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* perusahaan maka akan menyebabkan harga saham naik dan cenderung meningkatkan nilai perusahaan. Akan tetapi, berbeda dengan penelitian yang dikemukakan oleh Rasyid et al (2022) yang menyimpulkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan menurut Apridawati dan Hermanto (2020) mengungkapkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Selain *Corporate Social Responsibility*, dalam perusahaan terdapat faktor penting lainnya yaitu tata kelola perusahaan yang disebut dengan *Good Corporate Governance*. *Good Corporate Governance* didefinisikan sebagai suatu keharusan untuk meminimalisir berbagai dampak negatif dari perusahaan dalam rangka membangun perusahaan yang tangguh dan *sustainable* (Iqbal & Putra, 2018). Menurut (Wakhidati, 2022) *Good Corporate Governance* merupakan suatu sistem yang mengatur bagaimana organisasi atau perusahaan dioperasikan dan dikontrol dengan baik untuk tercapainya tujuan perusahaan.

Menurut Anggraini (2021), alasan utama implementasi *Good Corporate Governance* merupakan suatu bentuk lain penegakkan etika bisnis dan etika kerja yang sudah lama menjadi komitmen perusahaan dan implementasi *corporate* yang

berhubungan untuk peningkatan kinerja dan citra perusahaan. Dengan adanya peningkatan kinerja perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan semakin baik. Mekanisme *Good Corporate Governance* merupakan salah satu elemen kunci dalam peningkatan efisiensi ekonomi yang meliputi serangkaian hubungan antara manajemen perusahaan, dewan komisaris, komite audit, para pemegang saham, dan *stakeholders* lainnya.

Berdasarkan teori *stakeholder*, landasan *Good Corporate Governance* terlihat pada kesamaan pengamatan yang terletak pada pola hubungan atau interaksi antara pemilik modal/pemegang saham/dewan dengan direksi dalam mewujudkan kepentingan semua pihak. Dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder* lainnya, efektivitas interaksi dapat membangun sinergi dalam hubungan yang berdampak positif terhadap pertumbuhan nilai perusahaan (Ummah, 2019). Mekanisme tata kelola yang baik, menuntut prinsip transparansi dan komunikasi yang terbuka dengan semua *stakeholder* (Alkhairani et al., 2020).

Menurut Velnampy (2013), Manajer perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasionalnya tidak selalu bertindak sesuai dengan kepentingan pemilik perusahaan akan tetapi juga memiliki peluang untuk mengejar kepentingannya sendiri sehingga diperlukan mekanisme pengendalian (kontrol) atas tindakan manajer dalam bentuk pengawasan dan pemantauan untuk menjamin bahwa manajemen telah bekerja sesuai dengan semestinya. Dalam hal ini diperlukan sebuah pihak yang mampu bekerja secara independen dalam menjalankan fungsi pengawasan tersebut yaitu komite audit.

Pada penelitian kali ini, penulis mengambil proksi komite audit sebagai indikator dalam pengukuran *Good Corporate Governance*. Alasan penulis mengambil proksi komite audit karena komite audit memiliki peranan yang penting dalam pengawasan pengendalian perusahaan. Komite Audit bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris dengan tugas pokok membantu dan memperkuat fungsi dewan komisaris (atau dewan pengawas) dalam menjalankan fungsi pengawasan (*oversight*) atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit dan implementasi dari *Good Corporate Governance* di perusahaan (Firdarini & Kundala, 2022).

Menurut Sari & Sayadi (2020), semakin banyak anggota dalam suatu komite audit akan mempengaruhi independensi dari komite audit. Oleh karena itu, semakin banyak anggota komite audit maka independensi komite audit akan meningkat dan akan berpengaruh terhadap kualitas laporan keuangan perusahaan. Dengan demikian, adanya komite audit diharapkan mampu meningkatkan nilai perusahaan dan membantu pelaksanaan *Coporate Governance* dengan baik.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Amaliyah & Herwiyanti (2019) dan Nurokhmah et al (2021) yang menyimpulkan bahwa ukuran Komite Audit memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Namun, hasil berbeda ditemui dari penelitian yang dilakukan oleh Sandy et al (2020) yang menyimpulkan bahwa ukuran komite audit tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama ditemukan pada penelitian Dewi & Wirawati (2021) dan Mirnayanti & Rahmawati, (2022) yang menyatakan bahwa variabel komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

Selain *Corporate Social Responsibility* dan Komite Audit, salah satu informasi yang dapat dijadikan sinyal bagi investor adalah kinerja keuangan. Menurut Yuniastuti & Nasyaroeka (2017) kinerja keuangan yang dicapai oleh suatu perusahaan dalam periode waktu tertentu merupakan gambaran yang menunjukkan kondisi kesehatan suatu perusahaan untuk mencapai tujuan perusahaan baik yang menyangkut aspek penghimpunan dana maupun penyaluran dana. Tujuan dari dibentuknya suatu perusahaan adalah untuk mendapatkan keuntungan atau profit, sehingga rasio profitabilitas dari kinerja keuangan merupakan salah satu faktor yang perlu diperhatikan karena perusahaan harus tetap berada dalam kondisi yang menguntungkan agar para investor dapat berinvestasi.

Perusahaan yang menjalankan prinsip teori *stakeholder* secara efektif cenderung memiliki operasi bisnis yang lebih stabil, mengurangi risiko, dan meningkatkan efisiensi dalam pengelolaan sumber daya. Manajemen yang berorientasi pada kepentingan stakeholder akan berfokus pada kesejahteraan karyawan, meningkatkan kualitas produk atau layanan, serta menjaga hubungan baik dengan kemitraan. Dengan memperhatikan pihak eksternal seperti pelanggan dan komunitas, perusahaan dapat membangun reputasi dan loyalitas merek yang lebih kuat, mendorong penjualan dan pertumbuhan keuntungan yang berujung pada peningkatan *Return On Assets* (ROA) (Prabantama & Parasetya, 2022)

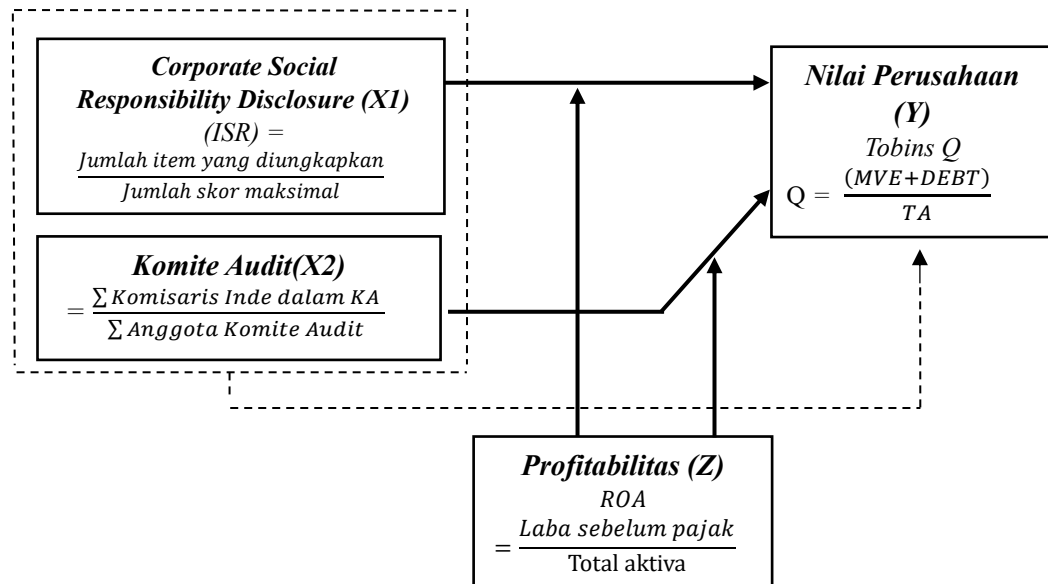
Return On Assets (ROA) akan digunakan dalam penelitian ini sebagai proksi dari rasio profitabilitas. Menurut Arofah & Khomsiyah (2023), *Return On Assets* (ROA) disebut sebagai *earning power* karena perhitungannya memiliki tujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan

dari pengelolaan asetnya. Semakin tinggi nilai *Return On Assets* (ROA) maka akan semakin baik perusahaan dalam mendayagunakan aset-aset yang dimilikinya.

Alasan *Return On Assets* (ROA) dijadikan sebagai proksi variabel moderasi adalah untuk mengetahui apakah *Return On Assets* (ROA) dapat memperkuat atau memperlemah variabel independent dari *Corporate Social Responsibility* dan Komite Audit terhadap variabel dependent dari Nilai Perusahaan. Oleh karena itu, profitabilitas dimasukan dalam penelitian ini karena ditemukannya hasil penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Anggraini & Murtanto (2023) yang menyatakan bahwa profitabilitas mampu memoderasi antara *Corporate Social Responsibility* terhadap nilai perusahaan karena semakin tinggi profitabilitas, maka *Corporate Social Responsibility* yang bisa dilakukan semakin luas dan akan meningkatkan harga saham serta nilai perusahaan. Akan tetapi hasil penelitian ini tidak relevan dengan hasil penelitian yang dilaksanakan oleh Dzikir (2020) yang menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* memberi pengaruh terhadap nilai perusahaan tetapi tidak memoderasi dengan profitabilitas perusahaan.

Didukung penelitian yang dilakukan oleh Meyliana et al (2024), yang menyimpulkan bahwa *Return On Assets* (ROA) dapat memberikan hasil secara signifikan memperkuat pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan. Namun penelitian tersebut tidak relevan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ratih & Setyarini (2023) menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan dalam memoderasi hubungan antara Komite Audit juga penelitian yang dilakukan oleh Muasiri dan Erna Sulistyowati (2021) menyatakan bahwa *Return On Asset* (ROA) tidak dapat memoderasi pengaruh Komite Audit terhadap nilai perusahaan

Berdasarkan uraian pemikiran di atas, maka kerangka pemikiran yang diajukan penulis dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

—————→ = Secara Parsial

-----→ = Secara Simultan

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang dituangkan dalam bentuk kalimat pertanyaan dan didasarkan pada teori yang relevan dan fakta-fakta yang diperoleh dari pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis dianggap sebagai jawaban sementara (Sugiyono, 2019:99)

Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2018-2023.
2. Komite Audit berpengaruh positif secara signifikan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2018-2023.
3. *Corporate Social Responsibility* dan Komite Audit berpengaruh positif secara simultan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2018-2023.
4. Profitabilitas dapat memperkuat pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2018-2023.
5. Profitabilitas dapat memperkuat pengaruh Komite Audit dengan Nilai Perusahaan pada Perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* tahun 2018-2023.