

**TESIS**

**PENGARUH MANAJEMEN LABA, KOMITE AUDIT, DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

***THE EFFECT OF EARNING MANAGEMENT, AUDIT COMMITTEE, AND MEDIA EXPOSURE ON FIRM VALUE WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AS A MODERATION VARIABLE***

Disusun dan diajukan oleh:

**Nurul Ramadhani**

**A062221003**



Kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

**2024**

**TESIS**

**PENGARUH MANAJEMEN LABA, KOMITE AUDIT, DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

***THE EFFECT OF EARNING MANAGEMENT, AUDIT COMMITTEE, AND MEDIA EXPOSURE ON FIRM VALUE WITH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE AS A MODERATION VARIABLE***

Sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister

Disusun dan diajukan oleh:

**Nurul Ramadhani**

**A062221003**



Kepada

**PROGRAM MAGISTER AKUNTANSI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS HASANUDDIN MAKASSAR**

**2024**

## LEMBAR PENGESAHAN TESIS

### PENGARUH MANAJEMEN LABA, KOMITE AUDIT, DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI

disusun dan diajukan oleh

**NURUL RAMADHANI**  
A062221003

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam rangka Penyelesaian Studi Program Magister **Akuntansi** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin  
Pada tanggal 03 Mei 2024  
dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui,

Pembimbing Utama

Prof. Dr. Abdul Hamid Habbe, SE., M.Si.  
NIP. 196305151992031003

Pembimbing Pendamping

Dr. Darwis Said, SE., Ak., M.SA.  
NIP. 196511141995122001

Ketua Program Studi  
Magister Akuntansi

Dr. Aini Indrijawati, SE., M.Si., CA.  
NIP. 196811251994122002

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE., M.Si.  
NIP. 196402051988101001

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Saya yang bertandatangan, di bawah ini,

NAMA : Nurul Ramadhani

NIM : A062221003

Jurusan/program studi : Magister Akuntansi Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang berjudul:

### **PENGARUH MANAJEMEN LABA, KOMITE AUDIT, DAN *MEDIA EXPOSURE* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL MODERASI**

Merupakan karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan/ditulis/diterbitkan sebelumnya, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah tesis ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU No.20 Tahun 2003, pasal 25 ayat 2 dan pasal 70).

Makassar, 1 April 2024

myataan  
  
Nurul Ramadhani

## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpah curahkan kepada Nabi Muhammad SAW, kepada keluarganya, para sahabatnya, hingga umatnya hingga akhir zaman, Aamiin. Tesis ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Magister Akuntansi (M.Ak) pada Program Pendidikan Magister Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin. Judul yang penulis ajukan adalah : Pengaruh Manajemen Laba, Komite Audit, dan *Media Exposure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapat bantuan dari berbagai pihak, baik berupa dorongan semangat pantang menyerah maupun sumbangan ide pemikiran. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada ke-dua Orang Tuaku yang Tercinta, Ayahanda **Drs. H. Khaeruddin Thaha, M. Hum** dan Ibunda **Hj. Rasida Rasyid, SE** yang dengan tulus membesarkan dan mendidik dengan penuh perhatian, cinta, dan kasih sayang yang tidak akan pernah terbalas serta selalu memberikan do'a dan dorongan untuk keberhasilan serta kebahagiaan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, tak lupa juga terima kasih kepada kedua kakak tercinta **Muhammad Rifkhan Khaeruddin, S.Kom** dan juga **Fahriatul Falaq Khaeruddin, ST** yang telah menjadi panutan yang baik bagi Penulis. Maka dari itu penulis menyampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Abd. Rahman Kadir, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
2. Ibu Dr. Aini Indrijawati, SE., Ak, M.Si., CA selaku Ketua Program Studi Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin terima kasih atas bimbingan dan arahan yang telah diberikan kepada penulis selama menempuh studi hingga dapat menyelesaikan tesis ini.
3. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid Habbe, SE.,M.Si selaku pembimbing I dan Bapak Dr. Darwis Said, SE.,Ak.,M.SA. selaku pembimbing II yang telah memberikan waktu, penuh kesabaran dalam membimbing, memotivasi dan mengarahkan penulis. Arahan dan bimbingan yang sangat bermanfaat untuk

penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.

4. Bapak Prof. Dr. H. Gagaring Pagalung, SE., Ak., MS., CA., Bapak Prof. Dr. Asri Usman, SE., M.Si., Ak., CA. dan Bapak Dr. H. Syarifuddin Rasyid., SE.,M.Si.,Ak.,CRPA selaku tim penguji yang telah banyak memberikan kritik dan saran kepada penulis selama proses ujian proposal sampai pada penyelesaian tesis ini.
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen beserta staf di lingkup Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
6. Teman-teman Magister Akuntansi angkatan 20221 terima kasih atas doa dan dukungannya tetap semangat dan jangan mudah menyerah selama menjalani proses penyusunan tesis.
7. Sahabat seperjuangan “Crazysquad” yang selalu bersama Penulis sejak S1 hingga sekarang.

Akhir kata peneliti berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat meskipun tesis ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk penyempurnaan tesis ini.

Makassar, 1 April 2024

Peneliti,

Nurul Ramadhani



## ABSTRAK

NURUL RAMADHANI. *Pengaruh Manajemen Laba, Komite Audit, dan Media Exposure terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderasi* (dibimbing oleh Abdul Hamid Habbe dan Darwis Said).

Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh manajemen laba, komite audit, dan media *exposure* terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik dokumentasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 26 perusahaan sehingga diperoleh jumlah pengamatan dalam penelitian ini sebanyak 130 data observasi. Penganalisan data menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis regresi moderasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba, komite audit, dan media *exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan; pengungkapan *corporate social responsibility* memoderasi pengaruh manajemen laba, media *exposure* terhadap nilai perusahaan; dan pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mampu memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: manajemen laba, komite audit, media *exposure*, nilai perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility*



## ABSTRACT

NURUL RAMADHANI. *The Effect of Earning Management, Audit Committee, and Media Exposure on Firm Value with Corporate Social Responsibility Disclosure as a Moderating Variable* (supervised by Abdul Hamid Habbe and Darwis Saidh)

This study aims to test and analyze the effect of earning management, audit, and media exposure on firm value with corporate social committee responsibility disclosure as a moderating variable. This type of research was a quantitative study using documentation techniques. The number of samples in this research was 26 companies, so the number of observations was 130 observation data. Data analysis used multiple linear regression analysis and moderated regression analysis. The research results show that earning management, audit committee, and media exposure have a positive and significant effect on firm value. Corporate social responsibility disclosure moderates the effect of earnings management and media exposure on firm value. Disclosure of corporate social responsibility is not able to moderate the effect of the audit committee on firm value.

Keywords: earning management, audit committee, media exposure, firm value, corporate social responsibility disclosure





## DAFTAR ISI

	Hal
<b>HALAMAN SAMPUL DEPAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN SAMPUL BELAKANG</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN TESIS</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>ABSTRACT</b> .....	Error! Bookmark not defined.
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis.....	8
1.5 Sistematika Penelitian .....	8
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Tinjauan Teori dan Konsep .....	10
2.1.1 <i>Stakeholder Theory</i> .....	10
2.1.2 <i>Signaling Theory</i> .....	11
2.2 Tinjauan Empiris .....	12
2.2.1 Nilai Perusahaan ( <i>Firm Value</i> ) .....	12
2.2.2 Manajemen Laba ( <i>Earning Management</i> ) .....	16
2.2.3 Komite Audit ( <i>Audit Committee</i> ) .....	22
2.2.4 Pengungkapan Media ( <i>Media Exposure</i> ) .....	24
2.2.5 <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> .....	25
2.3 Penelitian Terdahulu .....	28
<b>BAB III KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b> .....	<b>35</b>
3.1 Kerangka Konseptual .....	35
3.2 Hipotesis .....	37
3.2.1 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan .....	37
3.2.2 Pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan .....	39
3.2.3 Pengaruh <i>Media Exposure</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	40

3.2.4 Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan .....	42
3.2.5 Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan .....	43
3.2.6 Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan <i>Media Exposure</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	44
<b>BAB IV METODE PENELITIAN .....</b>	<b>46</b>
4.1 Rancangan Penelitian .....	46
4.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
4.3 Populasi dan Sampel .....	46
4.3.1 Populasi.....	47
4.3.2 Sampel .....	47
4.4 Jenis dan Sumber Data .....	49
4.4.1 Jenis Data.....	49
4.4.2 Sumber Data.....	49
4.5 Metode Pengumpulan Data.....	50
4.6 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	50
4.6.1 Manajemen Laba (X1) .....	51
4.6.2 Komite Audit (X2).....	53
4.6.3 <i>Media Exposure</i> (X3) .....	53
4.6.4 Nilai Perusahaan (Y).....	54
4.6.5 Pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> (Z).....	55
4.7 Instrumen Penelitian.....	56
4.8 Teknik dan Analisis Data .....	56
4.8.1 Statistik Deskriptif .....	57
4.8.2 Uji Asumsi Klasik .....	57
4.8.3 Uji Hipotesis.....	59
<b>BAB V HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>63</b>
5.1 Deskripsi Data.....	63
5.2 Analisis Statistik Deskriptif.....	64
5.3 Uji Asumsi Klasik.....	66
5.3.1 Uji Normalitas .....	66
5.3.2 Uji Multikolinieritas .....	67
5.3.3 Uji Heterokedastisitas .....	68
5.4 Analisis Regresi Berganda dan Pengujian Hipotesis .....	69
5.4.1 Uji Hipotesis.....	70
5.5 Analisis Uji Interaksi (Moderasi) .....	71
5.6 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	72

5.7 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji Statistik F).....	73
<b>BAB VI PEMBAHASAN .....</b>	<b>74</b>
6.1 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan.....	75
6.2 Pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan.....	77
6.3 Pengaruh <i>Media Exposure</i> terhadap Nilai Perusahaan .....	79
6.4 Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Antara Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan.....	81
6.5 Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Antara Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan.....	83
6.6 Pengungkapan CSR Terhadap Hubungan Antara <i>Media Exposure</i> terhadap Nilai Perusahaan.....	86
<b>BAB VII PENUTUP .....</b>	<b>88</b>
7.1 Kesimpulan .....	88
7.2 Implikasi .....	89
7.3 Keterbatasan Penelitian .....	90
7.4 Saran .....	90
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>98</b>

<https://www.idx.co.id/id>

<https://database.globalreporting.org/>

## DAFTAR TABEL

	<b>Hal</b>
Tabel 2. 1 Batasan indikasi manajemen laba.....	17
Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu .....	28
Tabel 4. 1 Kriteria sampel penelitian.....	48
Tabel 4. 2 Sampel penelitian .....	48
Tabel 5. 1 Kriteria Sampel Penelitian.....	63
Tabel 5. 2 Analisis Deskriptif	64
Tabel 5. 3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	67
Tabel 5. 4 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 5. 5 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	70
Tabel 5. 6 Hasil Pengujian Regresi Moderasi	71
Tabel 5. 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> )	72
Tabel 5. 8 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji Statistik F) antara variabel independen terhadap variabel dependen	73
Tabel 5. 9 Uji Signifikansi Parameter Simultan (Uji Statistik F) antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan variabel moderasi	73
Tabel 6. 1 Ringkasan Hasil Penelitian.....	74

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Hal</b>
Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual .....	37
Gambar 5. 1 Hasil Uji Normalitas.....	66
Gambar 5. 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas-Grafik Scatterplot.....	69



## DAFTAR LAMPIRAN

	<b>Hal</b>
Lampiran 1. Purposive Sampling .....	98
Lampiran 2. Hasil Tabulasi Data Penelitian.....	102
Lampiran 3. Hasil Output SPSS.....	126

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Nilai perusahaan memegang peranan penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan guna memperoleh modal usaha. Bagi perusahaan publik memperoleh banyak investor yang tertarik untuk berinvestasi di perusahaannya merupakan hal yang sangat penting. Salah satu faktor yang menarik investor untuk menginvestasikan dananya adalah nilai perusahaan. Ini merupakan konsep penting bagi investor, kreditur, dan pemangku kepentingan dalam menentukan investasi untuk mendapatkan modal keuntungan dan mengantisipasi risiko (Riny, 2018). Hal ini juga tercermin dari harga saham yang diperdagangkan di Bursa Efek. Jika terjadi peningkatan pada harga saham suatu perusahaan, maka nilai perusahaan juga akan meningkat, begitu pula dengan kekayaan pemegang sahamnya. Setiap perusahaan pasti memiliki tujuan untuk memaksimalkan nilai perusahaannya, dimana ini menuntut perusahaan dalam pengambilan keputusan juga harus lebih hati-hati dalam memperhitungkan akibat yang akan terjadi terhadap nilai atau harga sahamnya (Amaliah, 2022).

Ada beberapa faktor yang menyebabkan kenaikan atau penurunan nilai perusahaan melalui harga saham, salah satunya adalah manajemen laba dimana praktik yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan melakukan manipulasi atau pengubahan dalam pelaporan keuangan guna menunjukkan kinerja yang lebih baik daripada yang sebenarnya. Praktik ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, seperti melakukan akrual diskresioner atau yang lebih dikenal dengan pengakuan laba atau pengakuan beban yang bebas diatur,

mengubah kebijakan akuntansi, atau menyembunyikan informasi yang tidak menguntungkan. Selanjutnya manajemen laba dapat berdampak positif atau negatif pada nilai perusahaan, tergantung pada konteks dan motivasi di balik praktik tersebut.

Segi positif dari manajemen laba dapat membantu perusahaan dalam mengurangi fluktuasi laba, sehingga investor mungkin merasa lebih percaya diri dan memiliki persepsi yang lebih stabil tentang kinerja perusahaan. Namun adapun dampak negatif dari manajemen laba yaitu menyebabkan laporan keuangan menjadi tidak akurat atau dipertanyakan keasliannya, yang nantinya dapat menurunkan kepercayaan investor dan kreditor terhadap perusahaan (Hendra & NR, 2020). Oleh karena itu manajemen laba yang terus-menerus dan berlebihan dapat merugikan nilai perusahaan secara keseluruhan karena dampak negatifnya terhadap reputasi dan kepercayaan pasar. Nilai perusahaan yang sebenarnya seharusnya tercermin dalam laporan keuangan yang kredibel dan transparan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah komite audit. Sesuai Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) nomor 55 tahun 2015, komite audit dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada dewan komisaris. Komite audit memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa pengendalian perusahaan telah dilaksanakan sesuai dengan undang-undang dan peraturan yang berlaku (Pratomo & Sudibyo, 2023). Komite audit adalah sebuah tim atau kelompok yang bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengevaluasi proses audit internal dan eksternal suatu perusahaan (Bala, 2020). Adapun tujuan dari komite audit adalah untuk memastikan integritas laporan keuangan perusahaan, kepatuhan terhadap peraturan dan kebijakan yang berlaku, serta memastikan bahwa risiko-risiko yang dihadapi perusahaan dikelola dengan baik.

Komite audit biasanya terdiri dari anggota dewan direksi yang independen, artinya mereka tidak memiliki hubungan kepentingan yang signifikan dengan perusahaan. Keberadaan suatu lembaga yang disebut komite audit akan mendorong perusahaan untuk mengeluarkan laporan yang total dan sangat terkoordinasi. Semakin banyak jumlah individu komite audit, semakin ideal pengawasan yang dilakukan terhadap administrasi perusahaan. Pengawasan komite audit memberdayakan pelaksanaan GCA (*Great Corporate Administration*) yang sukses sehingga data terkait kewajiban sosial terungkap secara lebih luas melalui laporan keberlanjutan perusahaan. Komite audit memiliki peran penting dalam memastikan nilai perusahaan dan integritas laporan keuangannya, sehingga kualitasnya sangat tergantung pada integritas, kompetensi, dan kemandirian anggotanya. Komite audit juga memiliki independensi dan efektifitas dapat mengurangi manajemen laba. Namun, masih sedikit penelitian yang fokus pada keahlian dan kompetensi anggota komite audit. Keahlian yang dimiliki anggota komite audit dapat mengurangi lamanya waktu untuk menemukan dan mengoreksi salah saji dalam laporan keuangan (Y. D. Handayani & Ibrani, 2020).

*Media exposure* adalah faktor berikutnya yang mempengaruhi nilai perusahaan. Dimana *media exposure* mengacu pada paparan dan perhatian media terhadap perusahaan baik dalam berita, liputan, atau konten media lainnya. Hidayat *et al.* (2023) penyaluran informasi ini secara tidak langsung memberikan sinyal kepada investor tentang kondisi perusahaan. Hal ini juga bertujuan melihat reaksi yang nantinya dilakukan oleh investor dan pelaku pasar modal terhadap kondisi perusahaan. Informasi yang disajikan dapat berupa informasi keuangan maupun non-keuangan. Penyebaran informasi tersebut dapat melalui media konvensional maupun diinformasikan melalui media elektronik yang pada saat ini sudah lazim digunakan.

Fenomena peranan media terhadap sebuah perusahaan dapat dilihat pada kasus Enron pada tahun 2001, ketika skandal keuangan enron terungkap kepada publik , saham enron yang sebelumnya diperdagangkan sebesar \$33 per lembar saham anjlok menjadi \$0,26 per lembar sahamnya. informasi yang didapat investor dari laporan keuangan tidak menggambarkan kondisi yang sebenarnya sehingga investor salah dalam mengambil keputusan. Investor juga membutuhkan informasi dari pihak luar perusahaan (*outsider*) dimana salah satunya adalah informasi yang didapat dari media massa (Hidayat *et al.* 2023). Adapun hasil penelitian dari Sitohang *et al.* (2023) menunjukkan bahwa pengungkapan media memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil penelitian dari (Kurniansyah *et al.*, 2021) menyatakan bahwa pengungkapan media tidak memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap nilai perusahaan.

Kasus pengungkapan media selanjutnya yang berdampak buruk bagi lingkungan akibat aktivitas perusahaan khususnya sektor pertambangan sudah banyak terjadi di Indonesia. Salah satunya pada tahun 2019, PT Pertamina EP yang berlokasi di Lapangan Sanga-Sanga Kalimantan Timur, menjadi salah satu dari 11 perusahaan migas dan tambang yang terkena sanksi pencemaran lingkungan oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan (KLHK) (Katadata.co.id). Kasus lainnya datang dari PT Freeport Indonesia, salah satu perusahaan tambang terbesar yang memberikan dampak kerusakan lingkungan cukup serius. Dampak tersebut terjadi akibat area penampungan limbah tambang di wilayah hulu, merembes hingga ke muara sungai Ajkwa yang menjadi tempat pembuangan limbah sejak tahun 1995. Temuan dari Badan Pemeriksa Keuangan yang dirilis tahun 2017, memperkirakan kerugian lingkungan akibat aktivitas perusahaan tersebut mencapai Rp 185 triliun (Kolom.tempo.co) Trisnawati (2022).



Terdapat juga penelitian yang menyangkut Nilai perusahaan dan Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Masmoudi & Barhoumi (2023); Tangngisalu (2020) yang keduanya menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Penerapan CSRD dalam perusahaan tentunya didorong oleh tuntutan kepada perusahaan untuk lebih peduli dan menarik perhatian *stakeholder*. Penerapan CSRD dapat meningkatkan nilai perusahaan tetapi hal ini tidak menjamin pihak manajemen tidak melakukan tindakan kecurangan dalam kaitannya dengan pelaporan keuangan.

Pengungkapan CSR dalam penelitian ini berperan sebagai variabel moderasi. Dimana, CSR merupakan suatu tanggung jawab yang dilakukan perusahaan terhadap dampak segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tiga aspek tersebut diharapkan nantinya mendapat pengakuan dan keberadaannya ditengah-tengah masyarakat dan juga menjadi strategi untuk meningkatkan nama baik perusahaan (Yasin, 2020). Penelitian ini juga mencoba mengetahui adanya hubungan pengungkapan CSR dapat memoderasi (memperkuat atau memperlemah) pengaruh manajemen laba, komite audit, dan *media exposure* terhadap nilai perusahaan. Nilai tambah dari penelitian ini adalah menggunakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dimana, perusahaan pertambangan di pilih sebagai sampel dalam penelitian ini dikarenakan alasan yang pertama adalah karena bahan tambang merupakan salah satu kekayaan sumber daya alam melimpah yang dimiliki Indonesia yang digunakan sebagai penunjang pembangunan ekonomi Negara yang erat kaitannya dengan penerapan CSR sebagai tanggung jawab perusahaan pertambangan, sesuai dengan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Alasan kedua karena berdasarkan informasi sebelumnya

diketahui masih banyak perusahaan pertambangan yang tidak melaksanakan CSR dengan baik. Jika hasil penelitian ini dapat membuktikan peran CSR dalam meningkatkan nilai perusahaan pertambangan, maka diharapkan perusahaan pertambangan dan perusahaan di industri lain dapat meningkatkan implementasi CSR mereka. Sebab jika penerapan CSR yang diwajibkan oleh perusahaan pertambangan dapat meningkatkan nilainya, maka ada kemungkinan penerapan CSR secara sukarela oleh industri lain juga dapat meningkatkan nilainya. Hal ini tentu akan memberikan dampak positif bagi lingkungan dan masyarakat.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merasa perlu melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Manajemen Laba, Komite Audit, Dan *Media Exposure* Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- (1) Apakah Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- (2) Apakah Komite Audit berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- (3) Apakah *Media Exposure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- (4) Apakah Pengungkapan CSR memoderasi pengaruh Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- (5) Apakah Pengungkapan CSR memoderasi pengaruh Komite Audit berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?
- (6) Apakah Pengungkapan CSR memoderasi pengaruh *Media Exposure* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

- (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan.
- (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan.
- (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Media Exposure* terhadap Nilai Perusahaan.
- (4) Untuk mengetahui apakah Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan.
- (5) Untuk mengetahui apakah Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan.
- (6) Untuk mengetahui apakah Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan *Media Exposure* terhadap Nilai Perusahaan.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat atau kegunaan dari penelitian ini sebagai berikut:

#### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai pengaruh Manajemen Laba, Komite Audit, dan *Media Exposure* terhadap Nilai Perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel moderasi. Serta dapat menjadi kajian dalam proses pembelajaran akuntansi.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengambilan keputusan perusahaan, khususnya dalam peningkatan kualitas Nilai Perusahaan.

#### **b. Bagi Investor**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam pengambilan keputusan investasi pada perusahaan terutama untuk perusahaan sektor pertambangan.

#### **c. Bagi Akademisi**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi sehingga dapat bermanfaat bagi penelitian selanjutnya yang meneliti terkait dengan Nilai Perusahaan.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan yang digunakan untuk lebih memahami masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai berisi tentang tinjauan teori dan konsep dijelaskan dengan menguraikan teori yang mendasari penelitian, dibagian akhir bab kedua, tinjauan empiris yang sangat relevan dengan topic penelitian diuraikan.

### **BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS**

Kajian teoritis dan empiris dirumuskan secara logis dalam suatu kerangka pemikiran. Selanjutnya, berdasarkan kerangka pemikiran tersebut dibangun kerangka konseptual yang menggambarkan hubungan antara konsep yang diteliti. Bab ini juga menguraikan hipotesis penelitian yang dibangun berdasarkan landasan kerangka konseptual.

### **BAB IV METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan metode-metode yang digunakan dalam penelitian. Bab ini menguraikan rancangan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, definisi dan pengukuran variabel, dan teknik analisis data.

### **BAB V HASIL PENELITIAN**

Bab ini dipaparkan hasil penelitian yang menguraikan deskripsi data penelitian analisis data dan uji hipotesis. Dalam bab ini juga peneliti juga memaparkan proses dan sekaligus hasil analisis.

### **BAB VI PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan pembahasan hasil pengujian model pengukuran dan temuan penelitian. Temuan penelitian menguraikan hasil uji statistik dikaitkan dengan teori dan dukungan bukti empiris penelitian terdahulu.

### **BAB VII PENUTUP**

Bab ini akan menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan beserta saran-saran yang berhubungan dengan penelitian. Kesimpulan merupakan pernyataan singkat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan, serta merupakan hasil pengujian hipotesis atau pencapaian tujuan penelitian.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori dan Konsep**

Adapun teori dan konsep yang digunakan pada penelitian ini terdiri atas *stakeholder theory* dan *signaling theory* adalah sebagai berikut:

##### **2.1.1 Stakeholder Theory**

Yasin (2020) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* adalah teori yang mempertimbangkan kepentingan para *stakeholder* yang dapat mempengaruhi strategi perusahaan. Pertimbangan tersebut memiliki potensi karena *stakeholder* adalah bagian perusahaan yang memiliki pengaruh dalam pengelolaan sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan. *Stakeholder theory* mengatakan 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).

Handayani *et al.* (2021) mengemukakan bahwa teori *stakeholder* adalah bagaimana cara-cara yang perusahaan lakukan guna mengatur para pemangku kepentingannya. Cara-cara yang dilakukan perusahaan tersebut tergantung strategi yang digunakan perusahaan tersebut. Dengan melakukan pengungkapan CSR perusahaan yang merupakan salah satu strategi menjaga hubungan dengan para *stakeholder* merupakan strategi yang dapat dilakukan perusahaan. Diharapkan dengan adanya pengungkapan CSR tersebut kebutuhan dan keinginan para *stakeholder* dapat terpenuhi dengan baik, sehingga antara perusahaan dengan *stakeholder* tercipta hubungan yang harmonis.

*Stakeholder* merupakan semua pihak yang keberadaannya sangat mempengaruhi dan dipengaruhi perusahaan, seperti: karyawan, masyarakat, perusahaan pesaing dan pemerintah.

Erawati & Sari (2021) mengemukakan bahwa tujuan utama dari teori *stakeholder* itu sendiri membantu manajer perusahaan untuk meningkatkan nilai dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan dan meminimalkan kerugian untuk *stakeholder*. Teori *stakeholder* memiliki konsep dimana kelangsungan hidup perusahaan dipengaruhi oleh *stakeholder*-nya. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya terletak pada pemaksimalan laba dan kepentingan pemegang saham, namun juga harus memperhatikan pemasok, masyarakat, dan pelanggan sebagai bagian dari operasi perusahaan.

### **2.1.2 Signaling Theory**

Widiastuti *et al.* (2018) mengemukakan bahwa teori signal merupakan dorongan bagi perusahaan untuk memberikan informasi yang positif untuk menyampaikan kegiatan dan kebijakan perusahaan yang memiliki nilai tambah bagi perusahaan. Ruri Rahayu *et al.* (2021) signaling theory atau teori signal pertama kali dikembangkan oleh Spence pada tahun 1973. *Signal theory* pada dasarnya berkaitan dengan pengurangan asimetri informasi antara pemilik informasi (perusahaan) dan pengguna informasi (*stakeholders*).

Setiap individu atau organisasi dalam suatu perusahaan memiliki akses informasi yang berbeda. Manajer yang menjadi pengurus perusahaan akan memiliki akses informasi yang lebih banyak tentang perusahaan daripada perusahaan eksternal. Tujuan dari teori sinyal adalah untuk mengurangi ketidakseimbangan informasi yang dipegang oleh manajer dan pemangku kepentingan. Perusahaan akan memberikan sinyal kualitas perusahaan (*good news*) untuk menunjukkan keunggulannya dibandingkan dengan perusahaan

lain. Pengungkapan CSR merupakan upaya perusahaan untuk memberikan sinyal kualitas yang diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi.

Trisnawati (2022) mengemukakan bahwa laporan tahunan dapat menjadi media sinyal yang dengan informasi pelaporannya dapat mempertahankan serta membuat reputasi perusahaan menjadi lebih baik. Makin banyaknya *good news* atau berita bagus pada suatu laporan keuangan serta aktivitas pertanggungjawaban sosial lingkungan, akan makin baik pula bagaimana peluang masa depan kondisi perusahaan di waktu mendatang sebab perusahaan tak sekadar memfokuskan kegiatannya pada pencarian laba saja akan tetapi memiliki kepedulian pula terkait sosial dan lingkungan di sekitar perusahaan. Hal demikian nantinya pemodal tangkap sebagai sinyal baik karena perusahaan mendapat penilaian yang baik dari pihak pemodal dengan meningkatnya nama baik dari perusahaan tersebut.

## **2.2 Tinjauan Empiris**

Adapun tinjauan empiris dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **2.2.1 Nilai Perusahaan (*Firm Value*)**

Tarmidi & Murwaningsari (2019) mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan hasil dari persepsi investor terhadap perusahaan yang mengakibatkan harga saham di pasar. Menurut teori signal bahwa laporan keuangan merupakan salah satu sarana informasi yang menjelaskan sejauh mana kinerja perusahaan, dimana permintaan pasar dan penawaran perusahaan saling berinteraksi. Oleh karena itu, manajemen akan berusaha menampilkan kinerja yang baik di pasar sehingga mendapat reaksi positif dari pasar.

Riny (2019) mengemukakan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, kreditor dan *stakeholders* dalam menentukan investasi guna untuk mendapatkan capital gain dan mengantisipasi risiko yang akan

terjadi. Faktor yang mempengaruhi tinggi rendahnya nilai perusahaan adalah kinerja keuangan. Faktor kinerja keuangan merupakan kunci utama yang akan mempengaruhi nilai perusahaan karena merupakan faktor yang berbicara tentang bagaimana perusahaan mengelola keuangan perusahaan agar efisien dalam penggunaannya.

Raningsih & Artini (2018) mengemukakan bahwa nilai perusahaan menjadi tolok ukur kinerja perusahaan sekaligus dapat menjadi acuan terhadap prospek atau kinerja perusahaan di masa depan. Peningkatan nilai sebuah perusahaan menandakan perusahaan telah berprestasi dan akan terlihat dari kenaikan harga saham perusahaan, selain itu peningkatan nilai perusahaan juga mengindikasikan kesejahteraan para pemegang saham juga akan meningkat. Perusahaan selalu berupaya dan berkinerja dengan maksimal dalam rangka untuk meningkatkan nilai perusahaannya yang tercermin dari peningkatan harga sahamnya. Adapun faktor pendorong perusahaan untuk meningkatkan nilai perusahaannya sangat menarik untuk diteliti. Beberapa dari faktor tersebut antara lain: profitabilitas, CSR ekonomi, CSR lingkungan dan CSR sosial.

Suharli (2006) mengemukakan bahwa nilai dalam penilaian perusahaan mengandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgement*. Ada beberapa konsep dasar penilaian yaitu: (1) Nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu; (2) Nilai harus ditentukan pada harga yang wajar; dan (3) Penilaian tidak dipengaruhi oleh sekelompok pembeli tertentu. Kemudian secara umum, banyak metode dan teknik yang telah dikembangkan dalam penilaian perusahaan, diantaranya adalah: (1) Pendekatan laba antara lain metode rasio tingkat laba atau *earning ratio*, metode kapitalisasi proyeksi laba; (2) Pendekatan arus kas antara lain metode diskonto arus kas; (3) pendekatan dividen antara lain metode pertumbuhan dividen; (4) Pendekatan aktiva antara lain metode penilaian aktiva;

(5) Pendekatan harga saham; dan (6) Pendekatan *economic value added* (Suharli, 2006).

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga sahamnya. Harga pasar merupakan cerminan dari nilai aset perusahaan sesungguhnya. Menurut (Christiawan & Tarigan, 2007) terdapat beberapa konsep nilai yang menjelaskan nilai suatu perusahaan antara lain : (1) Nilai nominal, yaitu nilai yang tercantum secara formal dalam anggaran dasar perseroan, disebutkan secara eksplisit dalam neraca perusahaan, dan juga ditulis jelas dalam surat saham kolektif; (2) Nilai pasar, sering disebut kurs adalah harga yang terjadi dari proses tawar-menawar di pasar saham, nilai saham berdasarkan informasi yang diperkirakan, nilai ini hanya bisa ditentukan jika saham perusahaan dijual di pasar saham; (3) Nilai intrinsik, merupakan nilai yang mengacu pada perkiraan nilai riil suatu perusahaan. Nilai perusahaan dalam konsep nilai intrinsik ini bukan sekedar harga dari sekumpulan aset, melainkan nilai perusahaan sebagai entitas bisnis yang memiliki kemampuan menghasilkan keuntungan dimasa yang akan datang; (4) Nilai buku, adalah nilai perusahaan yang dihitung dengan konsep dasar akuntansi; dan (5) Nilai likuidasi, adalah nilai jual seluruh aset perusahaan setelah dikurangi semua kewajiban yang harus dipenuhi. Nilai sisa itu merupakan bagian para pemegang saham. Nilai likuidasi bisa dihitung berdasarkan performa yang disiapkan ketika suatu perusahaan akan likuidasi.

Nilai perusahaan dalam beberapa literatur yang dihitung berdasarkan harga saham disebut dengan beberapa istilah di antaranya: (1) *Price to Book Value* (PBV) yaitu perbandingan antara harga saham dengan nilai buku saham; (2) *Market to Book Ratio* (MBR) yaitu perbandingan antara harga pasar saham dengan nilai buku saham; (3) *Market to Book Assets Ratio* yaitu ekpektasi pasar tentang nilai dari peluang investasi dan pertumbuhan perusahaan yaitu perbandingan antara nilai pasar aset dengan nilai buku asset; (4) *Market Value of*

*Equity* yaitu nilai pasar ekuitas perusahaan menurut penilaian para pelaku pasar. Nilai pasar ekuitas adalah jumlah ekuitas (saham beredar) dikali dengan harga per lembar ekuitas; (5) *Enterprise value* (EV) yaitu nilai kapitalisasi market yang dihitung sebagai nilai kapitalisasi pasar ditambah total kewajiban ditambah minority interest dan saham preferen dikurangi total kas dan ekuivalen kas; (6) *Price Earnings Ratio* (PER) yaitu harga yang bersedia dibayar oleh pembeli apabila perusahaan itu dijual. PER dapat dirumuskan sebagai  $PER = Price\ per\ Share / Earnings\ per\ Share$ ; dan (7) *Tobin's Q* yaitu nilai pasar dari suatu perusahaan dengan membandingkan nilai pasar suatu perusahaan yang terdaftar di pasar keuangan dengan nilai penggantian aset (*asset replacement value*) perusahaan.

Penelitian ini mencoba meneliti nilai perusahaan dengan pendekatan nilai perusahaan dengan menggunakan rasio *Tobin's Q*. Alasan memilih rasio *Tobin's Q* dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan adalah karena penghitungan rasio *Tobin's Q* lebih rasional mengingat unsur-unsur kewajiban juga dimasukkan sebagai dasar penghitungan. Salah satu versi *Tobin's Q* yang dimodifikasi dan disederhanakan oleh Smithers dan Wright adalah sebagai berikut:

$$Q = (EMV + D) / (EBV + D)$$

Dimana:

EMV           = Nilai Pasar Ekuitas  
 D (*Debt*)       = Nilai buku dari total hutang  
 EBV           = Nilai buku dari total aktiva

Jika nilai pasar semata-mata merefleksikan asset yang tercatat suatu perusahaan maka *Tobin's Q* akan sama dengan 1. Jika *Tobin's Q* lebih besar

dari 1, maka nilai pasar lebih besar dari nilai asset perusahaan yang tercatat. Hal ini menandakan bahwa saham *overvalued*. Apabila *Tobin's Q* kurang dari 1, nilai pasarnya lebih kecil dari nilai tercatat asset perusahaan. Ini menandakan bahwa saham *undervalued* yang juga dapat diartikan sebagai potensi pertumbuhan investasi.

### **2.2.2 Manajemen Laba (*Earning Management*)**

Scott (2015) mendefinisikan manajemen laba menjadi dua sudut pandang yang berbeda, yakni sebagai "*good side*" atau sudut pandang positif dan "*bad side*" atau sudut pandang negatif. Observasi ini memandang manajemen laba dari sudut pandang negatif "*bad side*" dengan melihat sebagai *opportunistic earnings management*. Perspektif ini melihat bahwa manajemen laba adalah bentuk usaha manajer untuk memaksimalkan bonus sebagai perilaku oportunistik manajer. Selanjutnya, manajemen laba dapat dilakukan manajer untuk memaksimalkan dana penerbitan saham baru ketika saat menjelang momen penerbitan modal saham baru. Sulistyanto (2008) mengungkapkan terdapat beberapa cara yang dipakai oleh perusahaan agar dapat memperbesar dan memperkecil keuntungan, yakni mengaku serta melakukan pencatatan pendapatan satu periode atau lebih secara lebih cepat, melakukan pencatatan pendapatan palsu, memberi pengakuan serta melakukan pencatatan biaya lebih cepat ataupun lambat, memberi pengakuan serta melakukan pencatatan biaya lebih hemat, dan tak mengungkap seluruh kebaikan.

Sulistyanto (2008) mengemukakan bahwa ada tiga hipotesis dalam teori akuntansi positif sebagai dasar untuk mengetahui adanya praktik manajemen laba. (1) *Bonus plan hypothesis*. Pemberian bonus atau kompensasi manajerial yang ditawarkan pemilik menjadi salah satu motivasi dan alasan bagi manajer untuk berusaha mencapai tingkat kerja tertentu yang bahkan dilakukan dengan

kecurangan material. (2) *Debt (equity) hypotesis*. Konsep ini menyatakan adanya kecenderungan manajer untuk mengelola dan mengatur laba serta memperlihatkan laba yang lebih tinggi untuk menunda utang untuk periode berikutnya. Perilaku ini dapat mengakibatkan persepsi stakeholder terhadap kondisi perusahaan untuk pengambilan keputusan menjadi keliru. (3) *Political Cost Hypotesis*. Besarnya laba yang dilaporkan akan mempengaruhi besar kecilnya kewajiban pajak yang harus dibayarkan entitas. Manajer menghindari pembayaran pajak yang tinggi dengan mempermainkan laba sehingga manajer mencapai nilai laba yang diinginkan.

Menurut Roychowdhury (2006) memberikan batasan tidak adanya indikasi manajemen akrual dengan nilai ideal perhitungan yang mendekati nilai 0, batasan tersebut diuraikan dalam tabel berikut :

**Tabel 2. 1 Batasan indikasi manajemen laba**

No.	Klasifikasi	Status
1.	> 0,075	Terindikasi melakukan manajemen laba
2.	-0,075 sampai dengan 0,075	Tidak terindikasi melakukan manajemen laba
3.	< -0,075	Terindikasi melakukan manajemen laba

Utami (2005) mengemukakan bahwa pengukuran atas akrual menjadi salah satu hal yang patut untuk diperhatikan untuk mengetahui dan mendeteksi ada tidaknya manajemen laba yang terjadi dalam sebuah perusahaan. Total akrual merupakan hasil dari selisih antara laba dan arus kas aktivitas operasi. Total akrual dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu: (1) *normal accruals atau non discretionary accruals* adalah bagian akrual dalam laporan keuangan yang memang merupakan akrual yang sewajarnya ada dan (2) *abnormal accruals atau discretionary accruals* adalah bagian akrual dalam laporan keuangan yang merupakan hasil manipulasi data akuntansi. Secara umum dalam model empiris



manajemen laba dapat diklasifikasikan tiga kelompok dengan dasar basis pengukuran yang digunakan, yaitu model yang berbasis akrual agregat (*aggregate accruals*), akrual khusus (*specific accruals*), dan distribusi laba (*distribution of earnings*).

Model berbasis *aggregate accrual* sejauh ini merupakan model yang memberikan hasil yang paling baik dan kuat dalam hal mendeteksi manajemen laba yang diterima secara umum. Hal ini dikarenakan model empiris ini sejalan dengan basis akuntansi yang digunakan dalam pencatatan usaha yaitu akuntansi berbasis akrual (*accruals basis of accounting*). Model akuntansi berbasis akrual merupakan pencatatan berkaitan dengan komponen akrual yang mudah diperbaiki besar kecil nominalnya, hal ini disebabkan oleh komponen akrual adalah komponen yang dapat timbul yang tidak perlu disertai dengan penerimaan kas dan pengeluaran kas pada saat transaksi terjadi. Alasan kedua, model *aggregate accrual* mengaitkan semua komponen yang termuat dalam laporan keuangan untuk mendeteksi adanya rekayasa atau manajemen laba dalam laporan keuangan. Hal ini sesuai dengan komponen akrual yang termuat dalam setiap komponen laporan keuangan tanpa terkecuali, baik dalam aktiva lancar maupun tidak lancar dan pasiva jangka pendek maupun jangka panjang (Trisnawati, 2022)

Terdapat beberapa model yang telah digunakan oleh para peneliti akuntansi keuangan dalam menghitung manajemen laba dengan teknik *accrual accounting*. Model-model tersebut diantaranya model Healy, model DeAngelo, model Jones, dan model modifikasi Jones:

(1) Model Healy

Model Healy mendeteksi manajemen laba dengan menghitung nilai total akrual yaitu mengurangi laba akuntansi yang diperoleh selama satu periode tertentu dengan arus kas operasi periode yang bersangkutan.

Model Healy merupakan model *non-discretionary accruals* yang perhitungannya dengan membagi rata-rata total akrual dengan total aktiva periode sebelumnya. Model Healy berbeda dengan kebanyakan studi manajemen laba lainnya, karena ia memprediksi bahwa manajemen laba sistematis terjadi dalam setiap periode. Total akrual rata-rata dari periode estimasi mewakili ukuran akrual *non-discretionary*. Selanjutnya, total akrual diestimasi dengan menghitung selisih antara laba akuntansi yang dilaporkan dikurangi dengan arus kas operasi. Arus kas merupakan modal kerja dari aktivitas operasi dikurangi dengan perubahan-perubahan dalam persediaan dan piutang usaha, di tambah dengan perubahan-perubahan pada persediaan dan utang pajak penghasilan.

#### (2) Model DeAngelo

Model DeAngelo menguji manajemen laba dengan menghitung perbedaan pertama dalam total akrual, dan dengan mengasumsikan bahwa perbedaan pertama memiliki nilai nol yang diharapkan berdasarkan hipotesis nol yang menyatakan tidak ada manajemen laba. Model ini menggunakan total akrual periode lalu sebagai ukuran akrual nondiskretioner. Jika akrual nondiskretioner konstan dari waktu ke waktu dan akrual diskresioner memiliki rata-rata nol pada periode estimasi, maka Model DeAngelo akan mengukur akrual nondiskretioner tanpa kesalahan. Akan tetapi, ketika akrual nondiskretioner berubah dari satu periode ke periode lainnya, maka cenderung mengukur akrual nondiskretioner dengan kesalahan.

#### (3) Model Jones

Model Jones menyederhanakan anggapan akrual nondiskretioner bersifat konstan. Model ini tidak lagi menggunakan asumsi bahwa akrual nondiskretioner adalah konsisten. Model ini menggunakan dua asumsi

sebagai dasar pengembangan yaitu akrual periode berjalan dan *gross property, plant, and equipment*. Secara implisit model Jones mengansumsikan bahwa pendapatan merupakan nondiskretoner. Apabila laba dikelola dengan menggunakan pendapatan akrual diskretoner, maka model ini akan menghapus bagian laba yang dikelola untuk proksi akrual diskretoner.

#### (4) Model modifikasi Jones

Model modifikasi Jones yang dilakukan oleh Dechow *et al.* (1995), didesain untuk mengeliminasi kecenderungan untuk menggunakan perkiraan yang bisa salah dari model Jones untuk menentukan akrual diskretoner ketika *discretion* melebihi pendapatan. Model ini banyak digunakan karena dinilai model yang paling baik diantara model-model manajemen laba lainnya. Model ini menggunakan *discretionary accrual* sebagai proksi manajemen laba. *Discretionary accruals* dapat diketahui setelah melakukan regresi terhadap perubahan penjualan, perubahan piutang, dan *gross property, plant, and equipment* dimana hasil regresi tersebut merupakan cerminan *nondiscretionary accruals* yang kemudian di selisihkan dengan total akrual. Kelebihan dari model ini adalah membagi total akrual menjadi empat komponen utama akrual, yaitu *discretionary current accrual*, *nondiscretionary current accrual*, *discretionary long term accrual*, dan *nondiscretionary long term accrual*. *Discretionary current accrual* dan *nondiscretionary current accrual* merupakan akrual yang berasal dari aktiva lancar, sedangkan *discretionary long-term accrual* dan *nondiscretionary long-term accrual* berasal dari akrual tidak lancar.

Berdasarkan penjabaran model-model tersebut, dalam penelitian ini, kualitas laba diproksikan dengan manajemen laba yang dihitung menggunakan

model modifikasi Jones (*The Modified Jones Model*). Menurut Dechow *et al.* (1995) *The Modified Jones Model* merupakan model yang paling baik untuk mendeteksi adanya manajemen laba. Pengukuran manajemen laba dapat dirumuskan sebagai berikut:

- (1) Menghitung total akrual sebagai berikut:

$$\mathbf{TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it} \dots(1)}$$

Dimana:

TA<sub>it</sub> = Total akrual perusahaan i pada tahun t.

NI<sub>it</sub> = Laba bersih perusahaan i pada periode ke t.

CFO<sub>it</sub> = Arus kas operasi perusahaan i pada periode ke t.

- (2) Menentukan koefisien dari regresi total akrual

$$\mathbf{TA_{it}/A_{it-1} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + e \dots(2)}$$

Dimana:

TA<sub>it</sub> = Total akrual perusahaan i pada tahun t

A<sub>it-1</sub> = Total aset perusahaan i pada akhir tahun t-1

ΔREV<sub>it</sub> = Perubahan pendapatan perusahaan i pada tahun t

PPE<sub>it</sub> = Aktiva tetap perusahaan i pada tahun t

e = *Error*

- (3) Menentukan *Nondiscretionary accrual*.

$$\mathbf{NDA_{it} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + e \dots (3)}$$

Dimana:

NDA<sub>it</sub> = *Nondiscretionary accrual* perusahaan i pada tahun t

ΔREC<sub>it</sub> = Perubahan piutang perusahaan i pada tahun t

e = *Error*

- (4) Menentukan *discretionary accrual*

$$\mathbf{DA_{it} = (TA_{it}/A_{it-1}) - NDA_{it} \dots (4)}$$

Dimana:

DAit = Discretionary accrual perusahaan i pada tahun t

TAit = Total akrual perusahaan i pada tahun t

Ait-1 = Total aset perusahaan i pada akhir tahun t-1

NDAit = Nondiscretionary accrual perusahaan i pada tahun t

### **2.2.3 Komite Audit (*Audit Committee*)**

Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) mendefinisikan komite audit adalah suatu komite yang bekerja secara profesional dan independen yang dibentuk oleh dewan komisaris, dengan demikian tugasnya adalah 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 *corporate governance* di perusahaan-perusahaan (Andrian, 2021). Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 Tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit, Pasal 1 ayat 1, Komite Audit adalah komite yang dibentuk oleh dan bertanggung jawab kepada Dewan Komisaris dalam membantu melaksanakan tugas dan fungsi Dewan Komisaris termasuk pemeriksaan dan pengawasan tentang proses pelaporan keuangan dan kontrol internal. Dalam Pasal 4, Komite Audit paling sedikit terdiri dari 3 (tiga) orang anggota yang berasal dari Komisaris Independen dan pihak dari luar emiten atau perusahaan publik.

Broye & Johannes (2021) mengemukakan bahwa komite Audit merupakan komite yang dibentuk oleh dewan komisaris dan memiliki tugas dan tanggung jawab untuk mengawasi laporan keuangan, audit eksternal dan mengamati sistem pengendalian internal. Dengan adanya komite audit dapat memantau manajer perusahaan sehingga dapat meminimalisir biaya keagenan

yang kemudian dapat membuat perusahaan lebih efisien sehingga dapat meningkatkan kinerja. Selanjutnya komite audit merupakan anggota eksternal perusahaan yang tidak berperan dalam pelaksanaan operasional perusahaan agar proses monitoring dan evaluasi dapat berjalan dengan baik. kemudian komite audit yang merupakan jumlah anggota komite audit yang berperan dalam perusahaan. Komite audit yang bertugas mengawasi laporan keuangan, mengawasi audit eksternal, mengawasi laporan keuangan dan mengawasi audit eksternal. Komite audit diketuai oleh seorang komisaris independen dan anggotanya dapat terdiri dari komisaris dan atau pelaku profesional dari luar perusahaan. Salah satu anggota memiliki latar belakang dan keterampilan akuntansi dan/atau keuangan.

Komite audit adalah badan yang dibentuk di dalam perusahaan klien yang bertugas menjaga independensi akuntan pemeriksa dari manajemen. Komite audit diukur secara numerik dari jumlah anggota komite yang terdapat di perusahaan dalam laporan tahunan. Tujuannya adalah membantu Dewan Komisaris untuk meningkatkan kualitas laporan keuangan, menciptakan iklim disiplin dan kontrol yang dapat mengurangi peluang terjadinya penyimpangan dalam pengelolaan perusahaan, meningkatkan fungsi auditor internal dan auditor eksternal serta mengidentifikasi hal-hal yang memerlukan dewan komisaris (Octaviani, 2023). Komite audit merupakan pihak yang mendukung dalam menjalankan tugas dan kewajiban dewan komisaris. Dalam melaksanakan wewenangnya, komite audit wajib bekerja sama dengan pihak yang melaksanakan fungsi internal audit dalam Pedoman Tata Kelola Perusahaan Bursa Efek Indonesia. Appuhami & Tashakor (2017) untuk itu komite audit dalam penelitian ini diukur dengan menjumlahkan keseluruhan anggota komite audit:

**Komite Audit = Jumlah Komite Audit**

### 2.2.4 Pengungkapan Media (*Media Exposure*)

Media sangat berperan penting dalam memotivasi perusahaan untuk selalu melakukan hal-hal yang baik. Salah satunya yaitu *media exposure* yang didefinisikan sebagai serangan dari media untuk meliput berbagai kegiatan apa saja yang dilakukan oleh perusahaan serta mengenai kebanyakan penggunaan media dalam berbagai jenis media seperti frekuensi penggunaan dan durasi penggunaan media itu sendiri. Dalam perusahaan *media exposure* digunakan oleh stakeholder untuk mengetahui sebuah aktivitas dari perusahaan dan akan berkaitan dengan pandangan publik untuk menilai kegiatan yang dilakukan. Apabila perusahaan melakukan hal yang tidak baik maka akan berpengaruh negatif terhadap pandangan *stakeholder* kepada perusahaan (Tiono *et al.*, 2022). Pada teori *signaling*, media memiliki peran dalam mobilisasi gerakan sosial seperti lembaga atau kelompok dengan kepentingan publik. Hal tersebut disebabkan karena media merupakan salah satu sumber utama informasi di lingkungan masyarakat. Alasan perusahaan memanfaatkan peran media untuk mempublikasikan aktivitas CSRnya adalah untuk mendapatkan legitimasi atas tindakan yang dilakukan perusahaan terhadap kepedulian perusahaan pada kondisi sekitar serta mencapai ekpektasi masyarakat dalam memenuhi reputasi baik perusahaan dikalangan masyarakat sehingga dapat menarik investor dan mempengaruhi keputusan investor (Majid *et al.*, 2021).

*Media exposure* adalah media yang digunakan perusahaan untuk melakukan komunikasi dengan *stakeholder* dalam menyampaikan informasi dan prospek perusahaan. Jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan pengakuan melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai wadah untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif. Pengkomunikasian CSR melalui media

akan meningkatkan nilai baik perusahaan di mata masyarakat (Yasin, 2020). *Media exposure* atau paparan media diartikan sebagai promosi dan publisitas yang tegas. Hal ini dapat mempengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat (Sarra & Alamsyah, 2020) menyatakan bahwa citra perusahaan yang baik di hadapan masyarakat dan pemangku kepentingan akan menguntungkan perusahaan. Perusahaan yang menginginkan citra yang baik, pengakuan, kepercayaan, dan dukungan dari lingkungan sekitarnya harus mampu memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan atau pemangku kepentingan, terutama kebutuhan terkait informasi, dan berkomunikasi dengan baik dengan para pemangku kepentingan. Deswanto & Siregar (2018) untuk itu *Media Exposure* dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan rumus berikut:

**MDX = Jumlah artikel positif yang membahas aktivitas perusahaan terkait aspek lingkungan, sosial, serta ekonomi perusahaan sampel.**

### **2.2.5 Corporate Social Responsibility Disclosure**

Mashuri & Ermaya (2020) mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* merupakan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mereduksi dampak negatif yang di sebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan dan dilakukan secara berkelanjutan guna meningkatkan kualitas sosial dan lingkungan nya. Selanjutnya Yasin (2020) mengemukakan bahwa tanggung jawab sosial merupakan salah satu dasar untuk menilai kinerja perusahaan di beberapa negara, dengan melihat ada atau tidaknya informasi CSR pada laporan tahunan perusahaan. Pada dasarnya, laporan keuangan adalah sumber acuan pokok bagi para investor atau calon investor dalam menilai kinerja perusahaan dan sebagai pertimbangan untuk mengambil keputusan. Pada saat ini pengungkapan mengenai pelaporan CSR hanya berlatar kebutuhan perusahaan untuk membentuk image bahwa pandangan stakeholder



perusahaan memiliki kepedulian terhadap lingkungan sosial dan lingkungan hidup.

Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan bersifat wajib (*mandatory disclosure*). berdasarkan Bapepam Nomor 134/BL 2006 tanggal 7 Desember tahun 2006, perusahaan-perusahaan yang mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) diharuskan mengungkapkan uraian mengenai aktivitas dan biaya yang dikeluarkan sehubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan (Yusran *et al.*, 2018). Pengungkapan CSR dapat pula disajikan dalam laporan berkelanjutan yang terpisah dari laporan tahun perusahaan.

Standarisasi pengungkapan sosial lingkungan yang banyak digunakan di Indonesia yaitu standar yang *Global Reporting Initiatives* (GRI) dikembangkan. Pada penelitian ini menggunakan GRI Standards dalam melakukan pengukuran terhadap *corporate social responsibility* (CSR). GRI merupakan suatu organisasi nirlaba yang menjadi pelopor kinerja perekonomian, lingkungan dan sosial secara berkelanjutan. GRI tersedia bagi setiap entitas melalui kerangka laporan keberlanjutan yang secara menyeluruh yang dipakai di seluruh bagian dunia Secara umum pengungkapan sosial lingkungan mengambil pedoman GRI (Trisnawati, 2022).

Yasin (2020) mengemukakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* merupakan pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di laporan tahunan perusahaan. CSR diukur dengan instrument *Global Reporting Initiative* (GRI) versi terbaru yaitu G4. Dalam standar GRI-G4 indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama, yaitu ekonomi, lingkungan hidup dan sosial. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item. Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan

pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan.

GRI-G4 dirancang agar dapat diterapkan secara universal untuk semua organisasi, besar dan kecil, di seluruh dunia. Pengukuran dilakukan berdasarkan indeks pengungkapan masing-masing perusahaan yang dihitung melalui pembagian antara jumlah pendapatan bersih perusahaan dengan jumlah item yang diharapkan diungkapkan perusahaan berikut **Rumus perhitungan CSRI sebagai berikut:**

$$\text{CSRI} = \frac{\sum xi}{N}$$

Dimana:

CSRI = Pengungkapan *Corporate Sosial Responsibility Index* perusahaan

$\sum xi$  = Jumlah item CSR yang diungkapkan perusahaan i

N (91) = Jumlah keseluruhan item. Adapun 91 item standar GRI-G4 indikator yang di sajikan dalam tabel pada halaman lampiran.

### 2.3 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya dan relevan dengan penelitian ini baik dari segi metode, analisis atau poin-poin penting lainnya namun berbeda dari beberapa aspek dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

**Tabel 2. 2 Penelitian terdahulu**

No.	Penulis / Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Teori	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Astuti <i>et al.</i> (2019) <i>Analysis Of Effect Of Firm Size, Institutional Ownership, Profitability, And Leverage On Firm Value With Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure As Intervening Variables (Study On Banking Companies Listed On BEI Period 2012-2016)</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, profitabilitas, dan leverage dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR) sebagai variabel intervening.	1. Teori agensi 2. Teori <i>pecking order</i> 3. Teori legitimasi 4. Teori persinyalan	$X1 = Firm\ Size$ $X2 = Institutional\ Ownership$ $X3 = Profitability$ $X4 = Leverage$ $Y = Firm\ Value$ $Z = Corporate\ Social\ Responsibility\ (CSR)\ Disclosure$	Hasil pengujian dengan variabel dependen CSR menunjukkan bahwa kepemilikan institusional dan Leverage tidak berpengaruh terhadap CSR. Sedangkan firm size dan profitabilitas berpengaruh signifikan positif terhadap CSR. Hasil pengujian dengan Nilai Perusahaan sebagai variabel dependen menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, dan Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan. Leverage berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan sedangkan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan. CSR tidak memediasi pengaruh Kepemilikan

					Institusional, Profitabilitas dan Leverage terhadap Nilai Perusahaan. CSRD memediasi pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.
2.	Kurniansyah et al. (2021)  <i>Corporate Governance, Profitability, Media Exposure, and Firm Value: the Mediation Role of Environmental Disclosure</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh <i>environmental disclosure</i> dalam memediasi hubungan antara <i>corporate governance</i> , profitabilitas, dan <i>media exposure</i> terhadap nilai perusahaan.	1. Teori agensi 2. Teori persinyalan 3. Teori legitimasi	$X1 = Corporate Governance$ $X2 = Profitability$ $X3 = Media Exposure$ $Y = Firm Value$ $Z = Corporate Governance$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa tata kelola perusahaan dan profitabilitas meningkatkan nilai perusahaan karena investor cenderung melihat tata kelola perusahaan dan profitabilitas sebagai sinyal dalam menentukan keputusan investasi. Sementara itu, paparan media dan pengungkapan lingkungan tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Studi ini juga menemukan bahwa tata kelola perusahaan menurunkan pengungkapan ekologis. Sedangkan profitabilitas dan <i>media exposure</i> tidak dapat meningkatkan nilai perusahaan. Dengan demikian tata kelola perusahaan, profitabilitas, dan paparan media tidak dapat meningkatkan pengungkapan lingkungan.
3.	Ruwanti et al. (2019)  <i>Corporate social</i>	Tujuan dari penulisan ini adalah untuk menguji	Teori keagenan	$X1 = Corporate Social Responsibility (CSR)$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh CSR terhadap manajemen laba

	<i>responsibility and earnings management: The role of corporate governance</i>	peran <i>corporate governance</i> dalam hubungan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba perusahaan manufaktur di Indonesia.		$X2 = Firm\ Size$ $Y = Earnings\ management$ $Z = corporate\ governance$	adalah signifikan dan positif. Studi ini juga menemukan hubungan negatif yang signifikan secara statistik antara ukuran perusahaan dan manajemen laba. Bukti juga menunjukkan peran <i>corporate governance</i> dalam hubungan CSR dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba adalah signifikan dan negatif, artinya ketika perusahaan memiliki tata kelola perusahaan yang baik, perusahaan yang mengalokasikan dana CSR relatif besar, maka akan cenderung tidak melakukan manajemen laba, demikian juga perusahaan besar dengan tata kelola perusahaan yang baik akan cenderung tidak melakukan manajemen laba
4.	Pratomo & Sudibyo (2023)  <i>Do Earnings Management and Audit Committee Have an Effect on The Firm Value?</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen laba dan komite audit terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol profitabilitas,	Teori agensi	$X1 = Earnings\ Management$ $X2 = Audit\ Committee$ $Y = Firm\ Value$ $Z1 = Profitability$ $Z2 = Leverage$ $Z3 = Firm\ Size$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba dan komite audit dengan profitabilitas, leverage, dan ukuran perusahaan sebagai variabel control berpengaruh secara simultan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan manajemen laba dan komite audit dengan profitabilitas,

		<i>leverage</i> , dan ukuran perusahaan pada perusahaan yang terindeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020			leverage, dan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol tidak berpengaruh secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan terindeks LQ45 di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.
5.	Tangngisalu (2020)  <i>Effect of Cash Flow and Corporate Social Responsibility Disclosure on Firm Value</i>	Penelitian ini bertujuan menguji dan menganalisis pengaruh arus kas dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan.	Teori agensi	$X1 = \text{Cash flow}$ $X2 = \text{Corporate Social Responsibility Disclosure}$ $Y = \text{Firm Value}$	Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel arus kas berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengandung arti bahwa investor melihat betapa fleksibelnya arus kas perusahaan dapat digunakan untuk membiayai kegiatan operasional perusahaan dan meningkatkan investasi yang berdampak pada peningkatan kesejahteraan pemegang saham.
6.	Rahuyu <i>et al.</i> (2021)  <i>The effect of earnings management and media exposure on corporate social responsibility</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen laba dan media	1. Teori persinyalan 2. Teori agensi	$X1 = \text{Earnings management}$ $X2 = \text{Media exposure}$ $Y = \text{Corporate social responsibility disclosure}$ $Z = \text{Corporate}$	Hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa manajemen laba dan media exposure berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Tata kelola

	<i>disclosure with corporate governance as a moderating variable</i>	exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang dimoderasi oleh tata kelola perusahaan.		<i>governance</i>	perusahaan dengan kuasa dewan komisaris, komisaris independen dan komite audit dalam memperlemah pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masing-masing menunjukkan hasil yang tidak signifikan. Sementara itu, corporate governance dengan wakil dewan komisaris dan komite audit ditemukan mampu memperkuat pengaruh <i>media exposure</i> terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Namun komisaris independen tidak dapat memperkuat pengaruh media exposure terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.
7.	Arnes & Toto (2020) <i>The Effect of Profitability, Liquidity, Firm Size and Media Exposure on Corporate Social Responsibility Disclosure in Indonesian Non-</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan <i>media exposure</i> terhadap pengungkapan	Teori agensi	$X1 = \text{Profitability}$ , $X2 = \text{Firm Size}$ $X3 = \text{Media Exposure}$ $Y = \text{Corporate Social Responsibility Disclosure}$	Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan profitabilitas, likuiditas, ukuran perusahaan dan media exposure berpengaruh tidak signifikan terhadap pengungkapan sosial perusahaan pada badan usaha milik negara non perbankan di Indonesia

	<i>Banking State-Owned Enterprises</i>	tanggung jawab sosial perusahaan pada badan usaha milik negara non perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2017.			
8.	Sitohang <i>et al.</i> (2023)  <i>The Relationship Between Information Asymmetry, Media Exposure, Capital Structure, Firm Growth, Csr and Firm Value</i>	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi pengaruh asimetri informasi, paparan media, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan terhadap nilai perusahaan dan untuk menentukan apakah CSR bertindak sebagai mediator dalam hubungan ini.	Teori <i>stakeholders</i>	X1= <i>Information Asymmetry</i> X2= <i>Media Exposure</i> X3= <i>Capital Structure</i> X4= <i>Firm Growth</i> Y = <i>Firm Value</i> Z = <i>CSR</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak dipengaruhi secara signifikan oleh asimetri informasi, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan. Namun, temuan penelitian menunjukkan bahwa paparan media memiliki efek menguntungkan pada CSR. Keempat faktor - asimetri informasi, paparan media, struktur modal, dan pertumbuhan perusahaan - memiliki pengaruh yang menguntungkan terhadap nilai perusahaan.
9.	Agyemang-Mintah & Schadewitz (2018)  <i>Audit Committee Adoption and Firm Value: Evidence from UK Financial Institutions</i>	Tujuan penelitian ini untuk mengkaji dampak adopsi komite audit (AC) terhadap nilai keuangan lembaga keuangan di Inggris dan juga mengkaji	1. Teori keagenan	X1 = <i>Audit Committee</i> Y = <i>Firm Value</i> Z = <i>Growth; Firm Size; Big four; Foreign/DualListing; Industry; and Year Dummy</i>	Hasil empiris menunjukkan bahwa adopsi AC oleh lembaga keuangan memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan. Hasil dari periode sebelum krisis juga menunjukkan penerapan AC



		dampak pembentukan komite audit terhadap nilai perusahaan selama era pra/pasca krisis keuangan global			memberikan kontribusi positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun, tidak ada dampak pada nilai perusahaan selama periode pasca krisis. Hasil kami menunjukkan bahwa seluruh ekonomi Inggris mengalami penurunan ekonomi setelah krisis keuangan (2009-2011) dan perusahaan keuangan tidak terkecuali.
10.	Octaviani (2023) <i>The Effect Of Audit Committee, Internal Auditor And Audit Quality On Firm Value</i>	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh auditor internal, kualitas audit, audit internal dengan komite audit sebagai variabel pemoderasi barang konsumsi. perusahaan sektor yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2020.	1. Teori keagenan	X1= <i>Internal Auditor</i> X2= <i>Audit Quality</i> Y= <i>Firm Value</i> Z= <i>Audit Committee</i>	(1)Variabel Komite Audit diperoleh nilai sebesar 3,755 dan nilai signifikan 0,001 < 0,05, artinya komite audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan ; (2)Variabel auditor internal diperoleh nilai sebesar 0,881 dan nilai signifikan 0,383 > 0,05, artinya auditor internal tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan; da (3)Variabel kualitas audit diperoleh nilai sebesar 3,769 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05, artinya kualitas audit berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

## BAB III

### KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

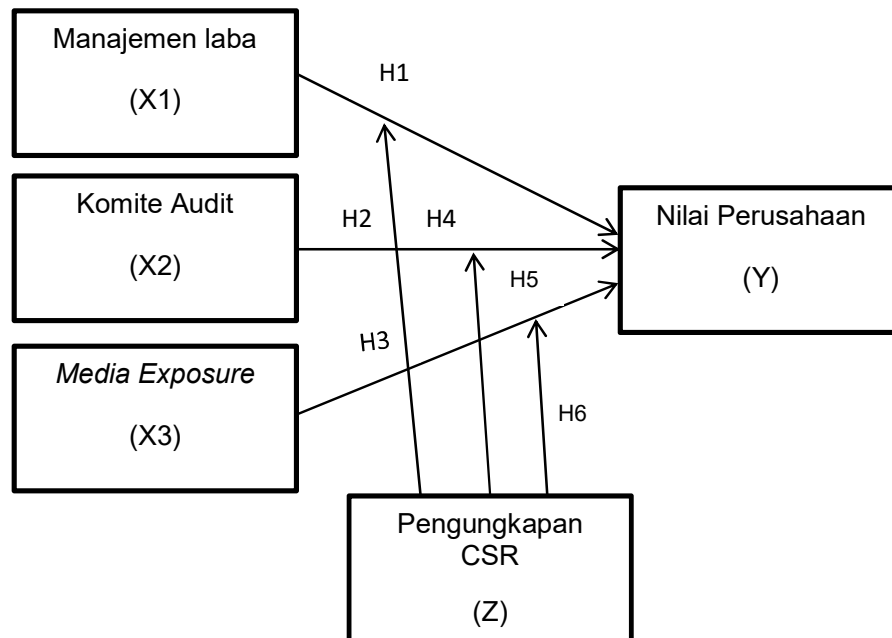
#### 3.1 Kerangka Konseptual

Kerangka penelitian ini menguraikan faktor pengaruh antar variabel, yang terdiri atas Manajemen Laba (X1), Komite audit (X2), dan *Media Exposure* (X3) sebagai variabel independen, Nilai Perusahaan (Y) sebagai variabel dependen dan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Z) sebagai variabel moderasi.

Variabel Independen pada penelitian ini adalah Manajemen Laba (X1) dimana, Manajemen laba mengacu pada praktik manipulasi laporan keuangan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi persepsi dan opini para pemangku kepentingan mengenai kinerja perusahaan. Selanjutnya komite audit (X2) merupakan bagian dari struktur tata kelola perusahaan yang bertanggung jawab untuk mengawasi proses pelaporan keuangan dan memastikan bahwa praktik akuntansi yang digunakan perusahaan sesuai dengan standar dan peraturan yang berlaku dan variabel *media exposure* (X3) mengacu pada tingkat paparan perusahaan dalam berbagai media, seperti berita, *platform* sosial media, atau liputan media lainnya. Variabel ini dapat diukur dengan memonitor dan menghitung jumlah liputan media yang terkait dengan perusahaan dalam kurun waktu tertentu dengan variabel *dummy*. Menurut Seok *et al.* (2020) *media exposure* menyiratkan bahwa manajer pemasaran bisa mendapatkan keuntungan dari tidak hanya melakukan kegiatan CSR tetapi juga memublikasikannya secara luas. Laporan berita CSR dapat membantu perusahaan meningkatkan kesadaran dan minat publik terhadapnya.

Selanjutnya variabel dependen pada penelitian ini adalah nilai perusahaan yang mana nilai perusahaan adalah sebuah rasio yang mengukur hubungan antara nilai pasar perusahaan (nilai pasar ekuitas perusahaan) dengan nilai buku (nilai aset perusahaan) dari perusahaan tersebut. Dalam penelitian ini menggunakan *Tobin's Q* yang dapat memberikan gambaran tentang apakah pasar memandang nilai perusahaan lebih tinggi atau lebih rendah daripada nilai aset perusahaan. Jika *Tobin's Q* lebih dari 1, maka nilai pasar perusahaan lebih tinggi dari nilai buku, yang menunjukkan bahwa pasar menghargai potensi pertumbuhan, aset intelektual, atau keunggulan kompetitif dari perusahaan tersebut. Sebaliknya, jika *Tobin's Q* kurang dari 1, maka nilai pasar perusahaan lebih rendah dari nilai buku, yang bisa menunjukkan adanya masalah atau ketidakseimbangan dalam pengelolaan aset atau kinerja perusahaan.

Serta variabel Moderasi pada penelitian ini adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang nantinya akan mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Pengungkapan *corporate social responsibility* memainkan peran penting bagi perusahaan, karena perusahaan berada dalam lingkungan masyarakat dan kemungkinan aktivitasnya memiliki dampak sosial dan lingkungan. Dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility*, menjadi upaya perusahaan untuk memenuhi informasi yang dibutuhkan serta dukungan dari *stakeholders* agar dapat mendukung perusahaan dalam mencapai tujuan dalam hal ini stabilitas dan keberlanjutan perusahaan. Berdasarkan kerangka pemikiran yang dikemukakan, maka kerangka konseptual penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3. 1 Kerangka Konseptual**

## 3.2 Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu yang telah dijelaskan diatas maka hipotesis yang hendak diuji adalah sebagai berikut:

### 3.2.1 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa keberlanjutan suatu perusahaan tidak lepas dari peran para pemangku kepentingan, baik pihak internal maupun eksternal perusahaan, serta didasari oleh beragamnya kebutuhan dan kepentingan masing-masing pemangku kepentingan. Hal yang menjadi dasar dilakukannya manajemen laba yaitu terdapatnya perbedaan kepentingan antara manajemen dan *stakeholders* Tarmidi & Murwaningsari (2019). Asimetri informasi dalam laporan keuangan akan menjadi peluang manajemen melakukan rekayasa terhadap laba perusahaan sehingga tidak menggambarkan bagaimana kondisi perusahaan sesungguhnya.

Manajemen bertanggung jawab atas jalannya bisnis. Oleh karena itu, mereka memiliki informasi lengkap tentang urusan bisnis. Ini biasanya menghasilkan asimetri informasi di mana manajer memiliki informasi eksklusif bagi mereka yang tidak diketahui oleh pemegang saham (Scott, 2015). Asimetri informasi meningkatkan kemampuan orang dalam untuk mendapatkan keuntungan dari keunggulan informasi mereka yang mengakibatkan masalah keagenan (Scholtens & Kang, 2012). Insentif bagi manajer untuk meningkatkan kekayaan mereka sendiri dengan mengorbankan pemegang saham mengakibatkan konflik kepentingan antara pemegang saham dan manajemen. Misalnya Bergstresser & Philippon (2006) di mana saham keuangan pribadi seorang manajer tidak dipengaruhi oleh nilai perusahaan yang dia kelola, manajer seperti itu dapat bertindak dengan cara yang akan mengurangi nilai klaim pemegang saham sambil memaksimalkan keuntungan pribadi mereka sendiri. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa masalah keagenan terjadi ketika manajer tidak mengoperasikan perusahaan untuk kepentingan terbaik pemegang saham. Oleh karena itu penting bagi pemegang saham untuk memastikan bahwa manajemen bertindak dengan cara yang diharapkan dan juga menyelaraskan kepentingan manajemen dengan kepentingan pemegang saham.

Beberapa penelitian sebelumnya yang membuktikan terdapat pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan antara lain (Qamar *et al.*, 2023; Abbas & Ayub, 2019) memperoleh hasil penelitian bahwa manajemen laba berpengaruh positif padatata kelola perusahaan dan nilai perusahaan. Selanjutnya, di buktikan juga oleh penelitian (Tarmidi & Murwaningsari, 2019) memperoleh hasil penelitian Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan. Namun pada penelitian Yorke *et al.* (2016) memperoleh hasil bahwa Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan

dikarenakan penghindaran pajak perusahaan, yang mengakibatkan tidak signifikan manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### **3.2.2 Pengaruh Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan**

Teori *Stakeholder* menjelaskan bahwa keberlanjutan suatu perusahaan tidak lepas dari peran para pemangku kepentingan, baik pihak internal maupun eksternal perusahaan, serta didasari oleh beragamnya kebutuhan dan kepentingan masing-masing pemangku kepentingan. Komite audit dapat digunakan sebagai mekanisme tata kelola untuk meningkatkan kepercayaan dan keterbukaan informasi keuangan. Melalui partisipasi mereka dalam proses penyusunan laporan keuangan serta meningkatkan independensi auditor internal dan eksternal, komite audit dapat membantu mencegah bencana keuangan di masa depan (Garad *et al.*, 2021). Sebuah studi menjelaskan dalam proses penyusunan laporan keuangan serta meningkatkan independensi auditor internal dan eksternal, komite audit dapat membantu mencegah bencana keuangan di masa mendatang.

Tanggung jawab Komite Audit dalam bidang *Corporate Governance* adalah untuk memastikan, bahwa perusahaan telah dijalankan sesuai undang-undang dan peraturan yang berlaku, melaksanakan usahanya dengan beretika, melaksanakan pengawasannya secara efektif terhadap benturan kepentingan dan kecurangan yang dilakukan oleh karyawan perusahaan (Andrian, 2021). Oleh karena itu hasil penelitian yang dilakukan oleh Azam & Wang (2021) menunjukkan bahwa komite audit secara positif berpengaruh terhadap nilai perusahaan dikarenakan komite audit dapat meningkatkan kinerja perusahaan.

Hasil tersebut sejalan dengan hasil penelitian Agyemang-Mintah & Schadewitz (2018) menunjukkan bahwa adopsi komite audit oleh lembaga keuangan memiliki dampak positif dan signifikan secara statistik terhadap nilai perusahaan. Namun, berlawanan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yosephus *et al.* (2020) menunjukkan bahwa komite audit tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan karena ukan merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan investor. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2 : Komite audit berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

### **3.2.3 Pengaruh *Media Exposure* terhadap Nilai Perusahaan**

Penelitian mengenai pengaruh *media exposure* terhadap nilai perusahaan belum banyak diteliti oleh penulis yang lain di Indonesia. Hal ini menjadi kesempatan bagi penulis untuk meneliti mengenai pengaruh *Media Exposure* terhadap nilai perusahaan untuk melihat apakah *media exposure* memiliki pengaruh yang positif terhadap nilai perusahaan, yang nantinya dapat menjadi masukan bagi pihak manajemen untuk memperhatikan dampak *media exposure* terhadap nilai perusahaan. Dimana, teori signal menjelaskan tentang penyampaian informasi positif perusahaan guna mengurangi asimetri informasi antara pemilik informasi (perusahaan) dan pengguna informasi (*stakeholders*) yang lebih lanjut mengenai bagaimana perusahaan didorong untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal.

*Media exposure* dapat didefinisikan sebagai “promosi dan/atau publisitas”. Media biasanya memberikan liputan yang lebih besar dari perusahaan besar dan terkenal (Cabral, 2016). Menurut teori sinyal (Spence, 1973) dalam Kurniansyah *et al.* (2021) didefinisikan sebagai sinyal sebagai upaya pemberi informasi untuk menggambarkan masalah dengan akurat kepada

pihak lain sehingga pihak lain tersebut bersedia untuk berinvestasi meskipun di bawah ketidakpastian. *Media exposure* dianggap oleh para investor sebagai sinyal positif dari perusahaan. Selain itu, komunikasi dengan pemangku kepentingan ini dilakukan melalui sejumlah saluran komunikasi, seperti laporan keberlanjutan, kampanye iklan di televisi, papan reklame, dan internet. Internet semakin menjadi salah satu alat utama untuk pengungkapan informasi CSR, karena memungkinkan perusahaan untuk mempublikasikan lebih banyak informasi dengan lebih murah dan lebih cepat daripada sebelumnya. Media ini telah digunakan sebagai komunikasi multimedia saluran sejak 1990-an. Tidak seperti media tradisional (koran, majalah, papan reklame, televisi dan radio), Internet memungkinkan perusahaan untuk mempublikasikan informasi yang terperinci dan terkini tentang CSR di dalam perusahaan untuk semua pemangku kepentingannya (Wanderley *et al.*, 2008).

Hasil penelitian yang dilakukan oleh (Majumdar & Bose, 2019) memperoleh hasil *media exposure* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan *platform twitter* yang digunakan oleh penelitian ini mampu menciptakan nilai bagi perusahaan, oleh karena itu Semakin tinggi *media exposure*, semakin tinggi juga nilai perusahaan. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Na *et al.*, 2023) memperoleh hasil akun *YouTube* berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dikarenakan perusahaan yang secara langsung mengoperasikan dan mengelola akun *YouTube* memiliki nilai perusahaan masa depan yang lebih tinggi daripada yang tidak. Berdasarkan uraian teori dan penelitian terdahulu maka hipotesis yang diajukan adalah:

H3 : *Media Exposure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan



### **3.2.4 Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan**

Dalam teori signal menjelaskan tentang penyampaian informasi positif perusahaan guna mengurangi asimetri informasi antara pemilik informasi (perusahaan) dan pengguna informasi (*stakeholders*) yang lebih lanjut mengenai bagaimana perusahaan didorong untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. Oleh karena itu, CSR perlu dilakukan guna menarik perhatian masyarakat dan semakin percaya terhadap perusahaan dan hal ini dapat dilakukan untuk menutupi manajemen laba (Sunarsih, 2017). Manajemen laba adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan untuk memanipulasi laporan keuangan guna menciptakan kesan kinerja yang lebih baik daripada kinerja sebenarnya. Sedangkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah praktik dimana perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan mereka kepada pemangku kepentingan. Pada penelitian ini manajemen laba dapat berdampak pada nilai perusahaan, baik secara positif maupun negatif, tergantung pada praktik manajemen laba yang dilakukan. Pengungkapan CSR pada penelitian ini diharapkan dapat mempengaruhi persepsi dan penilaian dari para pemangku kepentingan tentang kinerja sosial dan lingkungan perusahaan, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Untuk menutupi praktik manajemen laba, maka pengungkapan CSR menjadi alat yang dipakai sebagai pengalih perhatian. Dengan adanya CSR dan kualitas laba yang baik, maka akan membuat investor senang dan semakin yakin untuk melanjutkan investasi pada perusahaan. CSR ini juga dapat menjadi strategi untuk menjaga hubungan dengan *stakeholders* karena kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari *stakeholders*. Pengungkapan CSR berperan

dalam mengurangi dampak negatif manajemen laba terhadap nilai perusahaan atau bahkan meningkatkan nilai perusahaan ketika manajemen laba dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan kesan positif tentang kinerja perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:  
H4 : Pengungkapan CSR memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

### **3.2.5 Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan Komite Audit terhadap Nilai Perusahaan**

Dalam teori *stakeholder* penting bahwa pengungkapan CSR dalam laporan perusahaan adalah transparan, akurat, dan relevan. Dengan demikian, komite audit dapat berperan dalam memastikan bahwa perusahaan mempertimbangkan kepentingan berbagai pemangku kepentingan dalam kebijakan dan praktiknya yang nantinya dapat memengaruhi nilai perusahaan. Pengungkapan CSR merupakan tanggung jawab sosial perusahaan untuk memperhatikan dampaknya pada lingkungan, masyarakat, dan berbagai pemangku kepentingan lainnya. Sedangkan, Komite Audit merupakan salah satu komite yang ada di dewan direksi suatu perusahaan yang bertugas mengawasi proses audit internal dan eksternal untuk memastikan transparansi dan akuntabilitas perusahaan. Komite audit juga mendukung pengungkapan CSR pada laporan keuangan dalam memberikan informasi kepada *stakeholder*. Semakin banyak jumlah anggota komite audit maka semakin baik fungsi pengawasan yang dilakukan sehingga dapat mengontrol seluruh aspek kinerja perusahaan dan akan semakin mudah mengendalikan serta memantau manajemen puncak akan semakin efektif. Pengungkapan CSR dapat memengaruhi kinerja keuangan perusahaan dan pemangku kepentingannya melalui asimetri informasi yang diminimalkan antara manajemen dan pemangku

kepentingan (Appuhami & Tashakor, 2017). Kinerja perusahaan yang baik akan mempengaruhi reputasi nilai perusahaan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Appuhami & Tashakor (2017) menyatakan bahwa CSR mampu memperkuat hubungan komite audit terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan menarik bagi regulator, pemegang saham, analis investasi, dan manajer dalam menilai pengungkapan CSR dalam laporan tahunan, dan dalam memperkuat peran pemantauan dan pengawasan komite audit guna meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat di kembangkan hipotesis sebagai berikut:

H5 : Pengungkapan CSR memoderasi pengaruh komite audit terhadap nilai perusahaan.

### **3.2.6 Pengungkapan CSR mampu memoderasi hubungan *Media Exposure* terhadap Nilai Perusahaan**

Dalam teori signal menjelaskan tentang penyampaian informasi positif perusahaan guna mengurangi asimetri informasi antara pemilik informasi (perusahaan) dan pengguna informasi (*stakeholders*) yang lebih lanjut mengenai bagaimana perusahaan didorong untuk memberikan informasi kepada pihak eksternal. *Media exposure* mengacu pada sejauh mana perusahaan mengungkapkan nilai baik perusahaan melalui aktivitas CSR dalam media massa, termasuk liputan berita, publikasi, dan *platform* media sosial. Sedangkan, pengungkapan CSR mencakup informasi yang disediakan oleh perusahaan tentang kegiatan dan program tanggung jawab sosial yang dijalankan untuk memberikan manfaat bagi masyarakat, lingkungan, dan berbagai *stakeholder* lainnya.

Penelitian mengenai pengaruh *media exposure* terhadap nilai perusahaan belum banyak diteliti oleh penulis yang lain di Indonesia. Oleh karena itu

dibutuhkan sebuah tambahan variabel mediasi dalam penelitian ini. Dimana, dalam penelitian ini pengungkapan CSR dianggap sebagai variabel mediasi yang dapat mempengaruhi hubungan antara *media exposure* terhadap nilai perusahaan. Artinya, pengungkapan CSR dapat memediasi atau menjadi perantara dalam hubungan antara *media exposure* terhadap nilai perusahaan. Menurut Yasin (2020) jika perusahaan ingin mendapat kepercayaan dan pengakuan melalui kegiatan CSR, maka perusahaan harus mempunyai wadah untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan dan berkomunikasi dengan pemangku kepentingannya secara efektif, hal ini nantinya dapat membantu meningkatkan nilai perusahaan dimata masyarakat. Menurut Wanderley *et al.*(2008) internet telah menjadi salah satu alat utama untuk pengungkapan informasi CSR, memungkinkan perusahaan untuk mempublikasikan lebih banyak informasi dengan lebih murah dan lebih cepat dari sebelumnya. Akibatnya, perusahaan semakin peduli untuk berkomunikasi secara etis dan bertanggung jawab kepada keragaman pemangku kepentingan melalui media. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat di kembangkan hipotesis sebagai berikut:

H6 : Pengungkapan CSR memoderasi pengaruh *media exposure* terhadap nilai perusahaan.