

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap *Price to Book Value* Dengan *Corporate Governance* Sebagai Pemoderasi

¹Ferry Santoso, ²Ilham Habibi Zakaria*, ³Findy Rachmandika Muhammad

^{1, 2, 3}Universitas Sahid, Jakarta, Indonesia

¹ferry_santoso@usahid.ac.id, ²ilhamzakaria@usahid.ac.id, ³findymuhammad@usahid.ac.id

Submit : 11 Jun 2025 | **Diterima** : 17 Jun 2025 | **Terbit** : 18 Jun 2025

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menjelaskan dampak pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan sektor pertambangan di Indonesia dan untuk menilai peran dewan komisaris independen sebagai variabel moderasi. Analisis regresi hierarkis digunakan untuk menguji pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap nilai perusahaan dan untuk menilai dewan komisaris independen sebagai moderator. Analisis dilakukan pada 22 data observasi yang dikumpulkan dari perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2023. Penelitian ini menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan yang diukur menggunakan *price to book value* (PBV), dan *corporate governance* yang diukur dengan dewan komisaris independen memoderasi secara positif pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: CSR, PBV, *Corporate Governance*

PENDAHULUAN

Corporate Social Responsibility (CSR) telah menjadi elemen penting dalam bisnis global, bukan hanya sebagai bentuk kepatuhan hukum, tetapi juga sebagai strategi bisnis yang menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan dan pemangku kepentingan. Di Indonesia, perhatian terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) semakin meningkat seiring dengan diterapkannya Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang mewajibkan perusahaan, terutama yang bergerak di bidang sumber daya alam, untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam konteks ini menjadi lebih relevan, terutama dalam menjaga legitimasi sosial perusahaan di mata publik dan meminimalkan konflik dengan masyarakat sekitar (Muhammad, T, et al., 2023)

Ketika berbicara tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang sangat potensial memberikan dampak negatif bagi kerusakan lingkungan. Menurut (Evita & Syafrudin, 2019) di Indonesia sudah banyak terjadi pencemaran lingkungan yang disebabkan oleh kegiatan operasional perusahaan, khususnya di perusahaan pertambangan yang kegiatannya menggunakan sumber daya alam yang terus menerus sehingga tidak dapat terkendali oleh perusahaan. Lokasi sumber daya yang berada jauh di dalam hutan mengharuskan eksploitasi diawali dengan penebangan pohon secara besar-besaran. Selain itu, batu bara juga tekubur jauh di dalam perut bumi sehingga diperlukan bahan peledak agar bisa dilakukan penggalian. Penggalian batu bara dapat mengubah topografi dan keadaan permukaan tanah (*land impact*) yang pada akhirnya bisa mengganggu keseimbangan sistem ekologi di sekitarnya dalam waktu yang relatif singkat (Susmiyati, 2020). Selain dampak lingkungan, pertambangan batu bara juga memberikan dampak sosial bagi masyarakat sekitar lokasi pertambangan. Eksistensi tambang batu bara menimbulkan konflik antara masyarakat dan perusahaan karena beberapa alasan, seperti masalah pembebasan lahan, suara bising bahan peledak, dan kecemburuan sosial masyarakat asli terhadap pendatang baru. (Fitriyanti, 2016) juga menyatakan bahwa terjadi perubahan pola pikir masyarakat dalam

mencari uang akibat pendirian lokasi tambang. Penebusan lahan, rusaknya lahan pertanian, dan adanya kesempatan kerja di perusahaan tambang membuat masyarakat beralih mata pencaharian dari profesi petani ke profesi lain yang berkaitan dengan aktivitas pertambangan. Oleh karena itu, perusahaan tambang dituntut untuk tidak hanya mematuhi regulasi, tetapi juga mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dapat memperbaiki dampak negatif operasi mereka, baik dalam aspek lingkungan maupun sosial.

Menurut (Afifah & Syafruddin, 2021) penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) oleh perusahaan akan berdampak pada peningkatan citra dan reputasi baik perusahaan yang memengaruhi peningkatan kinerja keuangan dan produktivitas. Selain itu, return saham akan semakin meningkat yang berdampak pada peningkatan kemampuan perusahaan baik untuk kinerja jangka pendek dan jangka panjang. Dalam beberapa dekade terakhir, semakin banyak perusahaan yang mengakui pentingnya pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian integral dari strategi bisnis mereka. *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak lagi dilihat sebagai beban biaya yang harus ditanggung, tetapi sebagai investasi yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang, baik dari segi reputasi, loyalitas pelanggan, maupun peningkatan akses terhadap modal.

Untuk mengukur pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), digunakan proksi pengukuran berupa indeks yang dihitung menggunakan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI). *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) merupakan ukuran pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan sampel. Salah satu indikator yang digunakan untuk mengukur *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* (CSRDI) adalah indikator Global Reporting Initiative (GRI). Standar Global Reporting Initiative (GRI) adalah praktik terbaik global untuk melaporkan dampak ekonomi, lingkungan, dan sosial secara publik.

Menurut (Faiqoh & Mauludy, 2019) GRI G4 mencakup beberapa indikator yang merupakan penjabaran dari *Corporate Social Responsibility* (CSR). Indikator kinerja dalam GRI G4 dibagi menjadi 3 kategori utama, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, kategori sosial. Dalam masing-masing kategori ini dibagi menjadi beberapa indikator, sedangkan pada kategori sosial dibagi kembali menjadi sub kategori sebelum dijabarkan dalam beberapa indikator, yaitu praktek ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Pengadopsian standar GRI-G4 diharapkan menjadi solusi dalam membantu perusahaan untuk memahami serta mengkomunikasikan dampak bisnis pada isu-isu keberlanjutan usaha. GRI-G4 meliputi beberapa elemen dasar, di antaranya input multi-stakeholder yang memungkinkan perusahaan menghasilkan pedoman pelaporan yang berlaku universal sehingga mampu diterapkan dalam perusahaan besar dan kecil di seluruh dunia. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih digunakan, baik bagi pembuat laporan yang berpengalaman maupun bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun.

Price to Book Value (PBV) adalah rasio valuasi yang membandingkan harga saham per lembar dengan nilai buku per lembar saham (Fabozzi & Modigliani, 2009). PBV memberikan gambaran tentang berapa kali lipat investor bersedia membayar untuk setiap unit nilai buku ekuitas perusahaan. Nilai PBV yang tinggi umumnya mengindikasikan bahwa investor memiliki ekspektasi positif terhadap pertumbuhan dan profitabilitas perusahaan di masa depan, atau bahwa perusahaan memiliki aset tak berwujud (seperti merek, reputasi, atau inovasi) yang tidak sepenuhnya tercermin dalam nilai buku akuntansinya.

Secara teoritis dan empiris, hubungan antara CSR dan PBV dapat dijelaskan melalui beberapa mekanisme:

a. Peningkatan Reputasi dan Citra Perusahaan

Perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata konsumen, investor, dan masyarakat umum. Reputasi positif dapat meningkatkan kepercayaan investor dan kesediaan mereka untuk membayar harga saham yang lebih tinggi, sehingga mendorong kenaikan PBV (Choi & Kim, 2013).

b. Diferensiasi Produk dan Loyalitas Konsumen

Inisiatif CSR, terutama yang terkait dengan isu lingkungan atau sosial, dapat menjadi faktor

diferensiasi produk dan mendorong loyalitas konsumen. Konsumen yang semakin sadar sosial mungkin lebih memilih produk dari perusahaan yang bertanggung jawab, yang pada akhirnya dapat meningkatkan penjualan dan profitabilitas jangka panjang, serta meningkatkan valuasi perusahaan (Porter & Kramer, 2007).

c. Menarik Investor Bertanggung Jawab (*Socially Responsible Investing-SRI*):

Semakin banyak investor yang mempertimbangkan faktor *Environmental, Social, and Governance* (ESG) dalam keputusan investasi mereka (SRI). Perusahaan dengan kinerja CSR yang baik akan lebih menarik bagi investor SRI, yang dapat meningkatkan permintaan saham dan mendorong kenaikan PBV (Ferrell et al., 2016).

Pada penelitian ini menggunakan *Corporate Governance* dengan indikator Dewan Komisaris Independen sebagai variabel moderasi. Variabel moderasi digunakan untuk melihat pengaruh lain antara variabel independen terhadap variabel dependen. *Corporate Governance* (CG) atau Tata Kelola perusahaan adalah seperangkat tata hubungan antara berbagai pihak yang berkepentingan dengan perusahaan atau organisasi (Utama et al., 2022). Variabel moderasi didefinisikan sebagai variabel independen ketiga yang memengaruhi kekuatan atau arah hubungan antara variabel independen utama dan variabel dependen (Zakaria et al., 2023). Dengan kata lain, variabel moderasi berperan dalam menjelaskan kapan atau dalam kondisi apa suatu hubungan antara dua variabel menjadi lebih intens atau justru melemah.

Hubungan antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan *Price to Book Value* (PBV) seringkali tidak bersifat linier atau universal. Berbagai faktor kontekstual dapat memengaruhi intensitas atau arah hubungan tersebut. Salah satu faktor penting yang kerap dihipotesiskan sebagai variabel moderasi adalah *Corporate Governance* (CG). *Corporate Governance* (GCG) adalah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan (OECD, 2019).

Ketika CG berperan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara CSR dan PBV, ini berarti bahwa kualitas penerapan CG akan memengaruhi seberapa kuat atau lemahnya dampak praktik CSR terhadap nilai perusahaan yang diukur dengan PBV. Tata Kelola perusahaan yang baik misalnya, memiliki dewan komisaris independen yang dominan akan memastikan bahwa alokasi dana untuk program CSR dilakukan secara efisien dan memberikan dampak nyata. Investor, yang menyadari adanya pengawasan internal yang ketat ini, akan lebih yakin bahwa CSR tersebut benar-benar bernilai dan bukan hanya "biaya", sehingga mereka bersedia membayar harga saham lebih tinggi (PBV meningkat).

Sebaliknya, perusahaan dengan CG yang lemah mungkin memiliki manajemen yang menggunakan CSR sebagai alat untuk kepentingan pribadi atau hanya untuk memenuhi tuntutan minimal tanpa komitmen nyata. Dalam kondisi ini, pasar mungkin tidak akan memberikan premi nilai pada saham perusahaan meskipun ada aktivitas CSR, karena investor meragukan efektivitas dan ketulusan inisiatif tersebut. Dengan demikian, CG tidak hanya menjadi faktor yang memengaruhi PBV, tetapi juga kondisi yang menentukan efektivitas CSR dalam memengaruhi PBV.

TINJAUAN PUSTAKA

Agensi Teori

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan kerangka konseptual fundamental dalam ilmu ekonomi dan manajemen yang menganalisis hubungan antara dua pihak utama: prinsipal (pemilik atau pemegang saham) dan agen (manajemen perusahaan). Hubungan ini muncul ketika prinsipal mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen, yang diharapkan bertindak demi kepentingan terbaik prinsipal (Jensen & Meckling, 1976). Namun, seringkali terdapat asimetri informasi dan potensi konflik kepentingan antara kedua belah pihak. Agen mungkin memiliki tujuan dan motivasi pribadi (misalnya, peningkatan gaji, posisi, atau bonus) yang dapat berbeda dari tujuan prinsipal (memaksimalkan nilai perusahaan), menyebabkan terjadinya *agency problem* atau masalah keagenan (Utama et al., 2022). Konflik ini dapat bermanifestasi dalam bentuk moral hazard (agen melakukan tindakan yang tidak dapat diamati oleh prinsipal) atau adverse selection

(prinsipal tidak dapat membedakan kualitas agen sebelum mempekerjakan mereka), yang pada akhirnya dapat membebani prinsipal dalam bentuk biaya keagenan (*agency costs*).

Dalam rangka memitigasi masalah keagenan dan mengarahkan perilaku agen agar selaras dengan kepentingan prinsipal, perusahaan menerapkan berbagai mekanisme. Ini termasuk perancangan kontrak insentif yang efektif (misalnya, bonus berbasis kinerja atau opsi saham), mekanisme pemantauan (seperti dewan direksi yang independen dan sistem audit internal yang kuat), serta pengembangan struktur tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) yang transparan dan akuntabel (Utama et al., 2022). Studi-studi terbaru terus mengeksplorasi bagaimana teori keagenan relevan dalam konteks yang berkembang, termasuk kepemimpinan transformasional dan kinerja perusahaan, serta peran etika manajemen dalam mengurangi masalah keagenan di berbagai sektor (Wahyudin & Solikhah, 2017). Dengan memahami dinamika hubungan keagenan, perusahaan dapat merancang sistem yang lebih efektif untuk menyelaraskan tujuan dan mengurangi potensi kerugian akibat konflik kepentingan.

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan konsep integral dalam manajemen bisnis modern yang merefleksikan komitmen perusahaan untuk beroperasi secara etis dan berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan, di luar kewajiban hukum semata. Ini mencakup tanggung jawab perusahaan terhadap dampak operasionalnya pada aspek sosial, lingkungan, dan ekonomi. Implementasi CSR menunjukkan bahwa entitas bisnis tidak hanya berorientasi pada maksimalisasi keuntungan finansial, tetapi juga peduli pada kesejahteraan karyawan, komunitas lokal, dan lingkungan global. Melalui inisiatif CSR, perusahaan berupaya membangun reputasi yang baik, meningkatkan loyalitas pemangku kepentingan, dan mengurangi risiko operasional, yang pada akhirnya dapat berkorelasi positif dengan kinerja finansial jangka panjang (Lutfirrahman et al., 2024).

Tren terbaru menunjukkan peningkatan fokus pada integrasi CSR dengan strategi bisnis inti, bukan hanya sebagai kegiatan filantropi. Perusahaan kini menyadari bahwa praktik bisnis yang bertanggung jawab dapat menciptakan nilai bersama (*shared value*), yaitu nilai bagi perusahaan sekaligus bagi Masyarakat (Porter & Kramer, 2007). Misalnya, investasi dalam energi terbarukan atau praktik rantai pasok yang adil tidak hanya mengurangi jejak karbon tetapi juga dapat meningkatkan efisiensi dan inovasi (Meseguer-Sánchez et al., 2021). Studi empiris dalam lima tahun terakhir terus mengonfirmasi bahwa CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek perusahaan, mulai dari reputasi dan kepercayaan pelanggan hingga kinerja keuangan dan keberlanjutan bisnis (Revaliana & Budiwitjaksono, 2022). Dengan demikian, CSR telah bertransformasi dari sekadar kewajiban moral menjadi elemen strategis yang esensial bagi daya saing dan legitimasi perusahaan di pasar global.

Price to Book Value

Price to Book Value (PBV) adalah salah satu rasio valuasi pasar yang paling sering digunakan untuk menilai mahal atau murahnya harga saham suatu perusahaan. Rasio ini dihitung dengan membandingkan harga saham per lembar dengan nilai buku per lembar saham (Fabozzi & Modigliani, 2009). Nilai buku per lembar saham sendiri mencerminkan nilai ekuitas pemegang saham yang tercatat dalam laporan posisi keuangan, dibagi dengan jumlah saham yang beredar. Secara intuitif, PBV menunjukkan berapa kali lipat investor bersedia membayar di pasar saham untuk setiap unit nilai buku ekuitas perusahaan. Sebuah PBV yang tinggi umumnya mengindikasikan bahwa pasar memiliki ekspektasi positif terhadap prospek pertumbuhan dan profitabilitas masa depan perusahaan, atau bahwa perusahaan memiliki aset tak berwujud seperti merek, reputasi, atau inovasi yang belum sepenuhnya tercermin dalam nilai buku akuntansinya (Mahayati et al., 2021).

Dalam konteks analisis investasi, PBV membantu investor membandingkan valuasi perusahaan dalam industri yang sama atau dengan perusahaan sejenis. Nilai PBV di atas 1 menunjukkan bahwa investor menilai perusahaan lebih tinggi dari nilai buku asetnya, mengindikasikan potensi pertumbuhan atau keunggulan kompetitif. Sebaliknya, PBV di bawah 1

dapat mengisyaratkan bahwa pasar memandang perusahaan sebagai *undervalued* atau memiliki masalah fundamental. Namun, interpretasi PBV harus dilakukan secara hati-hati dengan mempertimbangkan karakteristik industri, model bisnis, dan prospek pertumbuhan perusahaan (Mahayati et al., 2021).

Corporate Governance

Tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) merupakan sistem yang komprehensif, mencakup struktur, proses, dan hubungan yang mengatur serta mengendalikan operasional perusahaan untuk mencapai tujuan strategis dan memastikan nilai tambah bagi seluruh pemangku kepentingan (Zakaria et al., 2023). Konsep ini berfokus pada distribusi hak dan tanggung jawab di antara berbagai pihak, seperti dewan komisaris, dewan direksi, manajemen, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola yang baik dirancang untuk meminimalkan konflik kepentingan (terutama masalah keagenan antara manajemen dan pemegang saham), meningkatkan transparansi, akuntabilitas, serta menjamin keadilan dalam pengambilan keputusan (Zakaria et al., 2023) Implementasi tata kelola yang efektif sangat krusial dalam membangun kepercayaan investor, menarik modal, dan meningkatkan reputasi perusahaan di pasar global.

Studi-studi terkini secara konsisten menunjukkan bahwa kualitas tata kelola perusahaan memiliki korelasi positif dengan kinerja keuangan dan keberlanjutan perusahaan. Misalnya, perusahaan dengan dewan komisaris yang independen dan efektif, komite audit yang kuat, serta praktik pengungkapan yang transparan cenderung menunjukkan kinerja finansial yang lebih baik dan profil risiko yang lebih rendah (Al Amosh et al., 2022). Selain itu, tata kelola yang baik juga berperan vital dalam mendorong penerapan *Environmental, Social, and Governance* (ESG), memfasilitasi inovasi, dan mendukung adaptasi perusahaan terhadap perubahan lingkungan bisnis yang dinamis (Al Amosh et al., 2022). Dengan demikian, tata kelola perusahaan bukan hanya sekadar kepatuhan regulasi, melainkan sebuah kerangka strategis yang fundamental untuk mencapai kinerja jangka panjang, membangun kepercayaan publik, dan memastikan keberlanjutan usaha.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan perusahaan pada sektor pertambangan. Data tersebut diperoleh melalui situs resmi Bursa Efek Indonesia (idx.co.id) dan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian. Data yang digunakan hanya pada periode 2023. Populasi pada penelitian ini berjumlah 63 perusahaan. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan kebutuhan dan relevansi penelitian ((Zakaria et al., 2024). Berdasarkan teknik *purposive sampling* diperoleh 22 Perusahaan Pertambangan sebagai objek penelitian.

Teknik Model Analisis

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi moderasi. Metode analisis data moderasi menggunakan SPSS umumnya dilakukan dengan analisis regresi moderasi (*Moderated Regression Analysis/MRA*), yang melibatkan tiga variabel yaitu variabel independen, variabel dependen, dan variabel moderasi. Variabel moderasi berfungsi untuk memperkuat atau memperlemah pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen melalui uji interaksi antara variabel independen dan variabel moderasi. Proses analisis dimulai dengan membuat variabel interaksi (produk) antara variabel independen dan moderasi menggunakan menu Transform → Compute Variable di SPSS. Selanjutnya, dilakukan analisis regresi berganda secara bertahap, yaitu memasukkan variabel independen dan moderasi terlebih dahulu, kemudian variabel interaksi sebagai prediktor terakhir. Hasil uji moderasi dapat dilihat dari signifikansi koefisien variabel interaksi; jika signifikan, maka variabel moderasi mempengaruhi hubungan antara variabel independen dan dependen. Selain itu, perubahan nilai R-square juga dianalisis untuk mengetahui kontribusi variabel moderasi dalam model. Metode ini efektif untuk menguji hipotesis moderasi

dengan data skala interval atau rasio menggunakan SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah metode analisis yang memberikan gambaran secara ringkas yang memuat rata-rata, median, nilai maksimum dan minimum, serta jumlah observasi. Hasil analisis deskriptif pada penelitian ini ditunjukkan pada tabel 1 di bawah

Tabel 1. Analisis Deskriptif

	<i>CSR Disclosure</i>	<i>Price to Book Value</i>	Dewan Komisaris Independen
<i>Mean</i>	0,765787	0,823222	0,7667
<i>Median</i>	0,866723	1,067882	0,5655
<i>Maximum</i>	0,957635	4,75823	1
<i>Observations</i>	22	22	22

Berdasarkan data pada tabel 1 tersebut di atas dapat diketahui bahwa jumlah observasi data pada penelitian ini berjumlah 22 data dengan periode pengamatan 2023. Variabel X yaitu pengungkapan CSR memiliki nilai rata-rata senilai 0,77 dengan nilai median yaitu 0,866 dan nilai maksimum 0,96. Variabel Y yaitu *price to book value* memiliki nilai rata-rata senilai 0,823 dan nilai median senilai 1,067 dan nilai maksimum yaitu 4,76 lalu selanjutnya untuk variabel dewan komisaris independen memiliki nilai rata-rata senilai 0,767 dengan nilai median yaitu 0,565 dan nilai maksimum 1.

Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis pada penelitian ini menggunakan analisis regresi berjenjang untuk menguji dua hipotesis yang diajukan. Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR dan peran moderasi dari independensi auditor pada pengaruh pengungkapan CSR terhadap *price to book value*. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini disajikan pada tabel 2 di bawah.

Tabel 2. Hasil Analisis Regresi

Keterangan	Model persamaan 1			Model persamaan 2		
	Koefisien Regresi	Nilai t	Nilai	Koefisien Regresi	Nilai t	Nilai
CSR Disclosure	0,254	2,8933		0,233	2,96544	
Sig CSR			0,005			0,005
DKI	0,344	3,15166		0,365	3,21566	
Sig DKI			0,002			0,002
CSR Disc X DKI				0,455	3,87677	
Sig CSR Disc X DKI						0,001

Berdasarkan tabel 2 tersebut di atas dapat diketahui bahwa koefisien regresi pengungkapan CSR pada model 1 bernilai 0,254 dengan signifikansi 0,005 sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima, yaitu pengungkapan CSR memengaruhi positif *price to book value* selanjutnya untuk menguji interaksi hipotesis kedua maka dapat dilihat pada model persamaan kedua pada interaksi **CSR Disc X DKI** diperoleh nilai koefisien regresi senilai 0,455 dengan signifikansi 0,001 sehingga dapat disimpulkan bahwa H₂ diterima.

Pembahasan

Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap *Price to Book value*

Berdasarkan tabel 2, dinyatakan bahwa H₁ diterima yang berarti bahwa pengungkapan CSR memengaruhi *price to book value* secara positif. Pengungkapan CSR dapat memengaruhi *price to*

book value secara positif karena meningkatkan reputasi secara lebih baik, meningkatkan kepercayaan investor, menciptakan daya saing yang lebih tinggi. Dengan demikian, perusahaan yang secara efektif mengungkapkan upaya CSR akan dapat meningkatkan *price to book value* dan secara efektif meningkatkan kinerja keuangan yang lebih baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Kristanti, 2022) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *price to book value*. Selain itu, penelitian ini juga mendukung penelitian dari Puspitasari et al., (2019) yang juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *price to book value*.

Pengaruh Moderasi Dewan Komisaris Independen terhadap Pengungkapan CSR pada *Price to Book Value*.

Teori agensi menjelaskan hubungan antara pemilik perusahaan sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen (Jensen & Meckling, 1976). Pemilik mengandalkan manajemen untuk mengelola perusahaan demi kepentingan yang ada namun ada risiko bawaan manajemen mungkin akan mengambil keputusan yang lebih menguntungkan diri sendiri dibandingkan pemilik. Adanya dewan komisaris independen akan dapat memastikan bahwa sumber daya yang dialokasikan untuk CSR akan memiliki dampak seefisien mungkin dan memungkinkan perusahaan untuk dapat meningkatkan reputasinya sehingga meningkatkan kepercayaan investor dan masyarakat.

Dewan komisaris independen dapat memastikan bahwa sumber daya yang sudah dialokasikan untuk program CSR akan berdampak efektif dan efisien sehingga memungkinkan bagi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari proyek CSR investasi jangka panjang dan dengan adanya pengawasan yang ketat, dewan komisaris independen dapat membantu untuk mengidentifikasi dan memitigasi risiko terkait program CSR sehingga akan mengurangi ketidakpastian di mata investor dan meningkatkan persepsi terhadap nilai perusahaan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dan dewan komisaris independen mampu memoderasi secara positif pengaruh dari pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang transparan dan aktif dalam melaksanakan program CSR cenderung memperoleh kepercayaan yang lebih baik di mata investor sehingga hal ini akan memengaruhi nilai perusahaan. Selain itu, pada penelitian ini dewan komisaris independen mampu memoderasi secara positif hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan. Pengawasan yang dilakukan oleh dewan komisaris independen akan membantu memastikan bahwa perusahaan tidak hanya berfokus pada peningkatan profitabilitas namun juga memberikan dampak nyata bagi lingkungan. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menjelaskan bahwa pengungkapan CSR yang baik dan pengawasan dari dewan komisaris independen dapat memperkuat nilai perusahaan sehingga diharapkan meningkatkan daya saing dan keberlanjutan secara jangka panjang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima Kasih kami sampaikan kepada LPPM Universitas Sahid yang telah membantu dan mendukung sehingga penelitian terkait pengungkapan CSR dan peran moderasi dari dewan komisaris independen terhadap nilai perusahaan yang dilihat dari *price book value* dapat terlaksana.

REFERENSI

- Afifah, H. N., & Syafruddin, M. (2021). Pengaruh corporate social responsibility terhadap kinerja keuangan perusahaan dengan risiko sebagai variabel mediasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(2).
- Al Amosh, H., Khatib, S., & Ananzeh, H. (2022). Environmental, social and governance impact on financial performance: evidence from the Levant countries. *Corporate Governance International Journal of Business in Society*, 23. <https://doi.org/10.1108/CG-03-2022-0105>
- Choi, & Kim, Y. (2013). The Effects of Corporate Social Responsibility on Firm Value. *Tax Accounting Research*, null, 27–55. <https://doi.org/10.35349/tar.2013..35.002>

- Evita, M., & Syafruddin, S. (2019). Pengaruh Biaya Lingkungan, Kinerja Lingkungan, dan ISO 14001 Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Pertambangan Studi Kasus Pada Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017. *Measurement Jurnal Akuntansi*, 13(1), 27–35.
- Fabozzi, F. J., & Modigliani, F. (2009). *Capital Markets: Institutions and Instruments*. Pearson Prentice Hall.
- Faiqoh, S., & Mauludy, M. I. A. ad. (2019). Penerapan GRI-G4 Sebagai pedoman baku sistem pelaporan berkelanjutan bagi perusahaan Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Universitas Jember*, 16(2), 111–118.
- Ferrell, A., Liang, H., & Renneboog, L. (2016). Socially responsible firms. *Journal of Financial Economics*, 122. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2015.12.003>
- Fitriyanti, R. (2016). Pertambangan Batubara : Dampak Lingkungan, Sosial Dan Ekonomi. *Jurnal Redoks*, 1(1). <https://doi.org/10.31851/REDOKS.VIII.2017>
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). THEORY OF THE FIRM: MANAGERIAL BEHAVIOR, AGENCY COSTS AND OWNERSHIP STRUCTURE. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360.
- Kristanti, I. N. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Kesatuan*, 10(3), 551–558. <https://doi.org/10.37641/jiakes.v10i3.1484>
- Lutfirrahman, A. M., Saraswati, E., & Subekti, I. (2024). The effects of corporate social responsibility disclosure on firm performance with market share mediation. *Journal of Accounting and Investment*, 25(2), 652–672.
- Mahayati, F., Fatolah, S., & Meilisa, R. (2021). Pengaruh return on equity (ROE) dan debt to equity ratio (DER) terhadap nilai perusahaan (PBV) pada perusahaan manufaktur sub sektor logam dan sejenisnya yang terdaftar di BEI. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 1(1), 258–267.
- Meseguer-Sánchez, V., Sánchez, F. J., López-Martínez, G., & Molina-Moreno, V. (2021). Corporate Social Responsibility and Sustainability. A Bibliometric Analysis of Their Interrelations. *Sustainability*, 13. <https://doi.org/10.3390/su13041636>
- Muhammad, F. R., T, S., & Tojibussabirin, M. (2023). The Effect of CSR Disclosure on Company Performance With Ceo Proficiency As A Moderation Variable. *Journal Research of Social Science, Economics & Management*, 2(9).
- OECD. (2019). *How's Life? 2019: Measuring Well-being*. OECD Publishing.
- Porter, M., & Kramer, M. (2007). Strategy and Society: The Link Between Competitive Advantage and Corporate Social Responsibility. *Harvard Business Review*, 84, 78-92,163.
- Puspitasari, E., Ermayanti, D., Pgri, S., & Jombang, D. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Perusahaan Perbankan BUMN Go Public yang Terdaftar di BEI Periode Tahun 2011-2018). *SNEB: Seminar Nasional Ekonomi Dan Bisnis Dewantara*, 1(1), 29–40. <https://ejournal.stiedewantara.ac.id/index.php/SNEB/issue/view/46>
- Revaliana, F. R., & Budiwitjaksono, G. S. (2022). CSR Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Keuangan Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 324–335.
- Susmiyati, H. R. (2020). *Hukum Sumber Daya Alam: Menelisik Utilitas Tambang Batu Bara di Kawasan Hutan*. Inteligencia Media (Kelompok Penerbit Intrans Publishing).
- Utama, S., Fitriany, Siregar, S. V., Rahadian, Y., Afriani Utama, C., & Simanjuntak, J. (2022). *Tata Kelola Korporat di Indonesia: Teori, Prinsip, dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta.
- Wahyudin, A., & Solikhah, B. (2017). Corporate governance implementation rating in Indonesia and its effects on financial performance. *Corporate Governance (Bingley)*, 17(2), 250–265. <https://doi.org/10.1108/CG-02-2016-0034>
- Zakaria, I. H., Muhammad, F. R., & Jamain, T. H. (2024). Pengaruh Perputaran Kas, Struktur Modal, Pertumbuhan Laba dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 1774–1781. <https://doi.org/10.24905/permana.v16i1.339>

Zakaria, I. H., Rosidi, & Rahman, A. F. (2023). The Effect Of Capital Adequacy Ratio And Good Corporate Governance On Non-Performing Financing With Gross Domestic Product As Moderation In Sharia Banking In Indonesia. *International Journal Of Multidisciplinary Research And Studies*, 06(04), 23. <https://doi.org/10.33826/ijmras/v06i04.5>