

21. Analisis pengaruh pengungkapan

by Lppm M

Submission date: 26-Apr-2022 02:41PM (UTC+0700)

Submission ID: 1820700953

File name: 1._Jurnal_Sinta_4_Analisis_Pengaruh_Pengungkapan_Corporate...pdf (312.79K)

Word count: 4272

Character count: 27723

ANALISIS PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Putri Farah Sekar Arum, Ida Nurhayati

Universitas Stikubank Semarang, Indonesia

Email: putrifarahsa@gmail.com, ida.nurhayati@edu.unisbank.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Objek pada penelitian ini perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2018-2020. Sehingga sampel yang diperoleh 291 data perusahaan manufaktur. Pemilihan sampel dilakukan dengan *purpose sampling*. Data yang digunakan adalah data yang diperoleh dari situs www.idx.co.id. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Namun, ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan, manajemen laba tidak mampu memoderasi hubungan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan serta manajemen laba tidak mampu memoderasi hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kata Kunci: *corporate social responsibility*; ukuran perusahaan; nilai perusahaan; dan manajemen laba

Abstract

This study aims to examine and analyze the effect of corporate social responsibility disclosure and firm size on firm value with earnings management as a moderating variable in manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange. The object of this research is a manufacturing company listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) during the 2018-2020 period. So that the sample obtained is 291 manufacturing company data. The sample selection is done by purposive sampling. The data used will be data obtained from the www.idx.co.id website. The results of this study indicate that the disclosure of corporate social responsibility has no effect on firm value. However, firm size has a significant positive effect on firm value. Meanwhile, earnings management is not able to moderate the relationship of corporate social responsibility disclosure to firm value and earnings management is not able to moderate the relationship between firm size and firm value.

How to cite: Arum, P. F. S. & Nurhayati, I. (2022) Analisis Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi, *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(1).
E-ISSN: 2548-1398
Published by: Ridwan Institute

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

Keywords: *corporate social responsibility; firm size; firm value; and earnings management*

Pendahuluan

Perusahaan yang didirikan pasti memiliki tujuan, salah satunya mengoptimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan adalah persepsi investor tentang keberhasilan perusahaan dan sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi juga meningkatkan nilai perusahaan, karena harga saham perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kepercayaan pasar terhadap prospek masa depan perusahaan. Nilai suatu perusahaan berbanding lurus dengan kesejahteraan para pemegang sahamnya. Ketika nilai perusahaan meningkat, kesejahteraan pemegang saham juga meningkat. Oleh sebab itu, mengoptimalkan nilai perusahaan merupakan tujuan utama suatu entitas (Agustina, 2013).

Menerbitkan pengungkapan CSR menjadi cara untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pengungkapan CSR dilakukan untuk meningkatkan citra perusahaan, merek dan harga saham (Riyanto, 2015). Jika sebuah perusahaan memenuhi tanggung jawab sosialnya sesuai dengan aturan yang ditetapkan, perusahaan pada akhirnya dapat meningkatkan keuntungan finansialnya (Lingga, V. P., & Wirakusuma, 2019). Implementasi CSR telah banyak dilakukan oleh perusahaan-perusahaan Indonesia, baik dalam bentuk *charity* maupun dalam bentuk pemberdayaan (Raka, 2018).

Perkembangan CSR di Indonesia dapat dilihat dari upaya pemerintah untuk memberlakukan peraturan perundang-undangan, termasuk PP No. 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. *Association of Chartered Certified Accountants* (ACCA) menyatakan tanggung jawab sosial perusahaan dalam laporan keberlanjutan yang melaporkan dampak dan kinerja organisasi dan produknya dalam konteks ekonomi, lingkungan, kebijakan sosial, dan pembangunan berkelanjutan.

Fenomena yang terjadi di Indonesia mengenai kasus pelanggaran CSR dikutip dari *antaranews.com* (2019) adalah pada Kabupaten Pasaman Barat Sumatera Barat terdapat 21 perusahaan perkebunan kelapa sawit swasta besar dan bank yang diduga gagal memenuhi kewajiban CSR mereka kepada masyarakat sekitar. Hal ini melanggar Perda Pasaman Barat Nomor 3 Tahun 2017 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan dan memberikan sanksi berupa teguran tertulis, pembatasan usaha, pembekuan usaha, bahkan pencabutan izin usaha. Hasil dari perolehan data di Bagian Perekonomian Pasaman Barat, perusahaan yang tidak merealisasikan dana CSR adalah PT Inkut Agritama, PT Sari Buah Sawit, PT Perkebunan Nusantara VI, PT Agro Wiratama, PT Bakri Pasaman Sejahtera, PT Sumatera Pasaman Jaya, PT Usaha Sawit Mandiri, PT Agro Wiraligatsa, PT Rimbo Panjang Sumber Makmur, PT AMP Plantation, PT Laras Inter Nusa, PT Agro Bisnis Sumber Makmur, PT Sago Nauli Pasaman, Bank Nagari, Bank Nagari Syariah, BNI, BNI Syariah, Bank Danamon, Bank Mandiri, Bank Mandiri Syariah, dan BRI.

Sudah banyak penelitian yang telah dilakukan tentang dampak pengungkapan CSR pada nilai perusahaan. Hasil yang diperoleh menunjukkan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Lestari, D. S., & Wirawati, 2018); (Damayanthi, 2019); (Lingga, V. P., & Wirakusuma, 2019); (Mazida, H., & Purwantini, 2020); (Benne & Moningka, 2020). Namun, penelitian lain yang berbeda menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (Salim, 2018); (Susilawati, 2019); (Purawan, N. M., & Wirakusuma, 2020). Sementara itu, penelitian oleh (Sabatini, K., & Sudana, 2019) menunjukkan hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Perbedaan tersebut kemungkinan terjadi karena adanya perbedaan dalam penggunaan pedoman sebagai pengukuran pengungkapan CSR perusahaan.

Investor menilai perusahaan secara positif, karena ukuran perusahaan mencerminkan aset perusahaan, dan aset yang besar menunjukkan bahwa perusahaan berkembang. Semakin besar perusahaan, semakin mudah bagi perusahaan untuk mendapatkan pendanaan. Selain itu, perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik dalam menghadapi persaingan ekonomi.

Hasil dari penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Lestari, D. S., & Wirawati, 2018); (Mazida, H., & Purwantini, 2020). Penelitian (Tandry, Setiawati, & Setiawan, 2014) dan (Susilawati, 2019) menunjukkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian lainnya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Wahyudi, 2020).

Perusahaan tentunya juga ingin memiliki kondisi yang stabil, oleh karena itu perusahaan membutuhkan manajemen laba untuk menjauhi terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Manajemen laba merupakan upaya manipulasi laporan keuangan yang dilakukan untuk memenuhi target tertentu. Guna menutupi praktik manajemen laba, seringkali perusahaan melaksanakan CSR agar perhatian stakeholders teralihkan. Akan tetapi pengungkapan CSR yang dilakukan secara berlebihan dalam jangka pendek justru dapat menurunkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian (Tandry et al., 2014) menunjukkan bahwa manajemen laba memperlemah hubungan antara dampak pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Namun, menurut (Sabatini, K., & Sudana, 2019) dan (Mazida, H., & Purwantini, 2020), manajemen laba tidak dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara dampak pengungkapan CSR pada nilai perusahaan.

Informasi keuangan perusahaan mengenai total aset sangat diperlukan karena dapat dijadikan pertimbangan oleh investor untuk menanamkan modalnya. Jumlah aset yang besar mencerminkan keberhasilan perusahaan dalam mempertahankan keberlanjutan eksistensi perusahaan. Manajemen laba dibutuhkan dalam meningkatkan laba bersih yang dihasilkan. Karena calon investor akan tertarik dengan besarnya aset

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

perusahaan yang dinilai akan memiliki prospek bagus untuk kedepannya, sehingga terjadilah peningkatan nilai pada perusahaan.

Penelitian oleh (Christiani & Herawaty, 2019) menyatakan manajemen laba memperkuat hubungan pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Namun, (Suryana & Rahayu, 2018) menunjukkan hasil bahwa manajemen laba tidak dapat memoderasi hubungan ukuran perusahaan pada nilai perusahaan. Sementara itu, penelitian oleh (Mazida, H., & Purwantini, 2020) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada nilai perusahaan.

Dari paparan fenomena dan research gap diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan menetapkan pengaruh manajemen laba sebagai moderasi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh beberapa hal. Pertama, nilai perusahaan masih menjadi topik sentral dalam penelitian dibidang akuntansi karena nilai perusahaan merefleksikan kondisi keuangan perusahaan. Kedua, penelitian ini berkontribusi pada literatur saat ini dengan fokus menyelidiki pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi pada lingkup yang lebih luas, yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).

1. Kajian Teori

Signalling theory atau teori pensinyalan, dikembangkan oleh Ross pada tahun 1997. Teori sinyal menyarankan cara untuk perusahaan memberikan sinyal berupa informasi tentang apa yang dilakukan perusahaan kepada pengguna laporan keuangan (Sabatini, K., & Sudana, 2019).

(Jensen & Meckling, 1976) menggambarkan hubungan keagenan sebagai kontrak dimana satu atau lebih orang (*principal*) melibatkan orang lain (*agent*) dalam pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan perusahaan didelegasikan kepada agen (manajer) dan dimaksudkan untuk memastikan keterlibatan dan hubungan kontraktual yang tepat.

Nilai perusahaan merupakan penilaian investor atas keberhasilan suatu perusahaan dan berkaitan dengan harga sahamnya. Harga saham yang tinggi dapat mempengaruhi nilai perusahaan dan meningkatkan kredibilitas pasar. Nilai perusahaan diukur dengan menggunakan rasio Tobin's Q. Persamaan Tobin's Q untuk penelitian ini adalah:

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{Nilai kapitalisasi pasar} + \text{Total liabilitas}}{\text{Total aset}}$$

Mengikuti konsep (Elkington, 1998), CSR dikemas dalam tiga komponen utama: Profit, Planet, dan People (3P). Konsep ini menyampaikan pengertian bahwa suatu perusahaan disebut baik jika tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*) tetapi juga memperhatikan kelestarian lingkungan (*planet*) dan kepentingan umum (*people*). Berdasarkan teori sinyal, semakin sering perusahaan mengungkapkan

tanggungjawab sosialnya atau CSR, pasar akan melihat hal tersebut sebagai keunggulan perusahaan (Purawan, N. M., & Wirakusuma, 2020). Pengungkapan CSR diukur menggunakan *CSR Disclosure Index* (CSRDI) yang berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI) 4 dengan rumus sebagai berikut:

$$CSRDI = \frac{\text{Total item yang diungkap perusahaan}}{91 \text{ (Total item menurut GRI 4)}}$$

Informasi CSR yang diungkapkan oleh perusahaan dapat menjadi sinyal positif untuk menarik keputusan investor yang kemudian berujung pada peningkatan harga saham (Salim, 2018). Pernyataan tersebut didukung hasil penelitian oleh beberapa peneliti sebelumnya bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan (Lestari, D. S., & Wirawati, 2018); (Damayanthi, 2019); (Lingga, V. P., & Wirakusuma, 2019); Junardi, 2019; (Mazida, H., & Purwantini, 2020); (Benne & Moningka, 2020). Berdasarkan pernyataan hasil penelitian terdahulu, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₁: Pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Menurut (Ferri & Jones, 1979), ukuran perusahaan mewakili besar kecilnya perusahaan dan dinyatakan dalam total aset. Ukuran perusahaan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln (Total aset)}$$

Modal yang besar memudahkan perusahaan untuk mengembangkan usahanya, memungkinkan mereka untuk tumbuh dan meningkatkan nilai pemegang saham (Widyaningsih, 2018). Oleh karenanya, besarnya jumlah aset yang dimiliki perusahaan akan bisa menarik investor agar menanamkan modalnya dalam perusahaan karena kestabilan berkelanjutan diprediksikan terjadi dalam perusahaan yang kemudian akan berimbas pada kenaikan saham perusahaan. Peneliti sebelumnya menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan (Lestari, D. S., & Wirawati, 2018); (Mazida, H., & Purwantini, 2020). Berdasarkan pernyataan tersebut, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₂: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Seorang manajer mempunyai kewajiban dalam mengelola laba untuk meningkatkan nilai perusahaan dan menciptakan kesejahteraan pemegang saham (*stockholders*) perusahaan yang dikelolanya. Ada beberapa cara yang digunakan perusahaan untuk mempermainkan besar kecilnya laba. Oleh karenanya, manajemen laba adalah upaya manipulasi laporan keuangan yang dilakukan untuk memenuhi target tertentu. Manajemen laba diperoleh dengan mengukur *Discretionary Accrual* dengan menggunakan *Modified Jones Model* (1991).

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

$$DA = \frac{\text{Total Accruals}}{\text{Total Accruals } t - 1} - \text{Non DA}$$

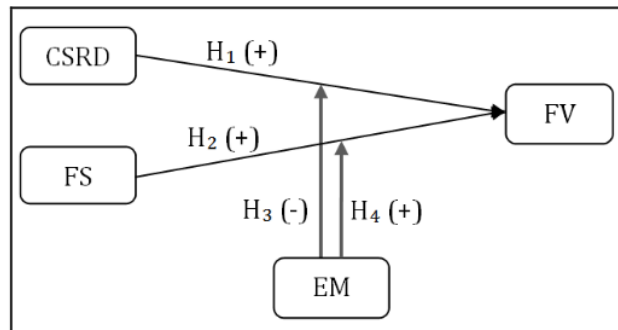
Wewenang yang diberikan kepada manajer terkadang disalahgunakan untuk keuntungan pribadi dan pihak-pihak yang terlibat didalamnya, hingga pada akhirnya perusahaan akan melakukan pengungkapan CSR secara berlebihan guna menutupi praktik manajemen laba. Hal tersebut justru dapat berakibat menurunkan nilai perusahaan apabila dilakukan dalam jangka pendek, sebab dapat menurunkan kinerja keuangan perusahaan yang akan berimbas kepada nilai perusahaan. Hasil penelitian sebelumnya oleh (Tandry et al., 2014) menunjukkan manajemen laba mampu memoderasi hubungan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Dari pernyataan tersebut, dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Manajemen Laba memperlemah pengaruh Pengungkapan CSR pada Nilai Perusahaan.

Praktik manajemen laba memberikan fleksibilitas bagi manajer untuk memaksimalkan laba bersih yang dihasilkan. Oleh karenanya, manajemen laba dapat dikatakan sebagai upaya yang dilakukan oleh manajer dengan cara menaikkan laba bersih sehingga meningkatkan ukuran perusahaan. Dengan begitu, calon investor akan tertarik dengan besarnya aset perusahaan yang dinilai akan memiliki prospek bagus untuk kedepannya, sehingga terjadilah peningkatan pada nilai perusahaan. Penelitian (Christiani & Herawaty, 2019) menunjukkan bahwa manajemen laba mampu memoderasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

H₄: Manajemen Laba memperkuat pengaruh Ukuran Perusahaan pada Nilai Perusahaan.

Model penelitian menjelaskan logika teoritis disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1 Model Penelitian

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan terhadap perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018-2020. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu jenis data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan. Sampel ditentukan dengan pendekatan *purposive sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang umumnya disesuaikan dengan tujuan atau masalah penelitian. Berdasarkan hasil seleksi diperoleh jumlah sampel sebanyak 467 perusahaan.

Teknik analisis data dengan alat statistik regresi untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat menggunakan uji regresi berganda dengan skala rasio. Analisis data diolah dengan program SPSS 25 dengan menggunakan analisis regresi berganda.

Statistik deskriptif adalah statistik yang menggambarkan fenomena atau ciri-ciri data, yaitu distribusinya. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi tentang data yang dihasilkan dari mean (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum dan minimum (Ghozali, 2018).

Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini, uji normalitas dilihat dari nilai *Skweness* dan *Kurtosis* dari residual. Dikatakan model regresi berdistribusi normal jika nilai *skewness* dan *kurtosis* $\pm 1,96$ (untuk $\alpha = 0,05$). Nilai z statistik *skewness* dan *kurtosis* dihitung dengan rumus:

$$Z_{skewness} = \frac{Skewness}{\sqrt{6/N}} \quad Z_{kurtosis} = \frac{Kurtosis}{\sqrt{24/N}}$$

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui apakah data layak untuk dianalisis. Uji asumsi klasik ini terdiri dari uji multikolinearitas, uji autokorelasi, dan uji heterokedastisitas.

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menentukan apakah ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas dari model regresi. Multikolinearitas dapat dilihat melalui nilai *Variance Inflation Factors* (VIF) atau nilai *Tolerance*, apabila nilai VIF < 10 atau nilai *Tolerance* > 0,1 maka tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2018).

Uji autokorelasi bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 atau periode sebelumnya (Ghozali, 2018). Pada penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson. Nilai Durbin-Watson akan dibandingkan dengan nilai dalam tabel Durbin-Watson untuk mendapatkan batas bawah (dL) dan batas atas (dU) dengan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$.

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual antara satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Glejser. Jika nilai sig. > α (0,05) dapat dinyatakan bahwa modelan regresi bebas dari heteroskedastisitas (Ghozali, 2018).

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

Uji koefisien determinasi (*adjusted R*²) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependen dengan melihat nilai *adjusted R*² (Ghozali, 2018).

Uji F test bertujuan menguji apakah semua variabel independen mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Dalam tabel ANOVA jika nilai sig < 0,05, maka terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara variabel bebas dengan variabel terikatnya (Ghozali, 2018).

Moderated Regression Analysis (MRA) atau uji interaksi digunakan untuk mengetahui sejauh mana interaksi variabel moderasi (Z) dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). Persamaan *Moderated Regression Analysis* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$FV = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 FS + \beta_3 [CSR \times EM] + \beta_4 [FS \times EM] + e$$

Keterangan:

- FV = *Firm Value* (Nilai Perusahaan);
- α = Konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ = Koefisien Regresi
- CSR = CSR *Disclosure* (Pengungkapan CSR)
- FS = *Firm Size* (Ukuran Perusahaan)
- CSR \times EM = Interaksi antara Pengungkapan CSR dan Manajemen Laba
- FS \times EM = Interaksi antara Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba
- e* = *Error term* (tingkat kesalahan penduga)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individu dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengujian dilakukan menggunakan level sig 0,05 ($\alpha=5\%$). Jika nilai sig < 0,05 dan searah dengan hipotesis maka hipotesis diterima (Ghozali, 2018).

Hasil dan Pembahasan

Jumlah data penelitian setelah dilakukan outlier yaitu menjadi 291. Hasil statistik deskriptif variabel-variabel dalam penelitian ini disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1
Hasil Uji Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
FV	291	.147	1.663	.910	.292
CSR	291	.121	.286	.220	.043
FS	291	25.310	31.573	28.288	1.319

EM	291	-.165	.145	-.011	.063
Valid N	291				
(listwise)					

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 1 terdapat informasi tentang objek penelitian setelah dilakukan *outlier* yaitu jumlah data penelitian 291 sampel. Variabel nilai perusahaan (FV) menunjukkan rata-rata (*mean*) sebesar 0,910 dengan standar deviasi 0,292 dengan nilai maximum sebesar 1,663 dari emiten DVLA ditahun 2019 dan nilai minimum sebesar 0,147 dari emiten ULTJ ditahun 2018. Pengungkapan CSR (CSRSD) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 0,220 dan standar deviasi sebesar 0,043 serta nilai maximum sebesar 0,286 dari emiten ADES, AKPI, IPOL, MAIN MRAT, ULTJ ditahun 2018, 2019, hingga 2020 dan nilai minimum sebesar 0,121 dari emiten INAI, KBRI, KPAL, PSDN ditahun 2018, BATA, INAI, KPAL, PSDN tahun 2019, dan juga INAI, PSDN ditahun 2020. Ukuran perusahaan (FS) memiliki rata-rata (*mean*) 28,288 dengan standar deviasi sebesar 1,319 serta nilai maximum sebesar 31,573 dari emiten KRAS ditahun 2018 dan nilai minimum sebesar 25,310 dari emiten PANI ditahun 2020. Manajemen Laba (EM) memiliki rata-rata (*mean*) -0,011 dengan standar deviasi sebesar 0,063 serta nilai maximum sebesar 0,145 dari emiten GJTL ditahun 2020 dan nilai minimum sebesar -0,165 dari emiten UNIC ditahun 2020.

Tabel 2
Hasil Uji Normalitas

N	Skewness		Kurtosis		
	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error	
Unstandardized Residual	291	.273	.143	-.137	.285
Valid N	291				
(listwise)					

Sumber: Data diolah, 2021

Dari nilai skewness dan kurtosis pada Tabel 2 dapat dihitung dari *Zskewness* dan *Zkurtosis* sebagai berikut:

$$Zskewness = \frac{Skewness}{\sqrt{6/N}} = \frac{0,273}{\sqrt{6/291}} = 1,901$$

$$Zkurtosis = \frac{Kurtosis}{\sqrt{24/N}} = \frac{-0,137}{\sqrt{24/291}} = -0,477$$

Nilai *Zskewness* sebesar $1,901 < 1,96$ dan nilai *Zkurtosis* sebesar $-0,477 < 1,96$ (dengan signifikan 0,05) sehingga disimpulkan data penelitian yang diolah telah memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

Tabel 3
Hasil Uji Asumsi Klasik

Variabel	Multikolinearitas		Autokorelasi	Heteroskedastisitas
	Tolerance	VIF		
CSR	.974	1.027	DW = 1.947	.075
FS	.928	1.077	dL = 1.803	.819
EM	.953	1.050	dU = 1.840	.425

Sumber: Data diolah, 2021

Dilihat dari Tabel 3 pada kolom multikolinearitas diketahui variabel CSR, EM dan FS masing-masing memiliki nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) < 10. Sehingga disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas dalam variabel penelitian ini.

Dari Tabel 3 kolom autokorelasi menunjukkan nilai DW sebesar 1,947 yang berarti berada pada daerah $dL < dU < DW < 4-dU < 4-dL$, sehingga dinyatakan tidak terdapat masalah autokorelasi pada penelitian.

Pada Tabel 3 kolom heteroskedastisitas menunjukkan nilai sig. CSR, FS dan EM > 0,05. Sehingga disimpulkan tidak terdapat masalah heteroskedastisitas.

Tabel 4
Hasil Uji Koefisien Determinasi

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.190 ^a	.036	.026	.290

Sumber: Data diolah, 2021

Dilihat dari Tabel 4, nilai *Adjusted R²* sebesar 0,026. Maka variabel nilai perusahaan dapat dijelaskan oleh variabel CSR, FS, EM adalah sebesar 2,6% sedangkan sisanya sebesar 97,4% dijelaskan oleh faktor lain diluar model penelitian.

Tabel 5
Hasil Uji F Test

Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
Regression	.893	3	.298	3.572	.015 ^b
Residual	23.924	287	.083		
Total	24.817	290			

Sumber: Data diolah, 2021

Pada Tabel 5 menunjukkan bahwa pengujian statistik F nilai sig. sebesar 0,015 < 0,05. Itu artinya variabel CSR, FS, dan EM berpengaruh secara bersama-sama terhadap variabel nilai perusahaan.

Tabel 6
Uji Moderated Regression Analysis (MRA)

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	-.122	.374		-.326	.745
CSR	-.665	.402	-.099	-1.655	.099
FS	.042	.013	.187	3.107	.002
CSRD_EM	-.586	6.822	-.283	-.086	.391
FS_EM	.035	.054	.215	.653	.514

Sumber: Data diolah, 2021

Hasil uji interaksi pada Tabel 6 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$FV = -0,122 - 0,665 \text{ CSR} + 0,042 \text{ FS} - 5,863 \text{ CSRD_EM} + 0,035 \text{ FS_EM} + e$$

Uji hipotesis (uji statistik t) dapat dilihat pada hasil Tabel 6 diatas, dari tabel tersebut menjelaskan bahwa:

1. Nilai signifikansi CSRD 0,099 > 0,05 dengan demikian pengungkapan CSR negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H₁ ditolak.
2. Nilai signifikansi FS 0,002 < 0,05 dengan demikian ukuran perusahaan positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga H₂ diterima.
3. Nilai signifikansi CSRD_EM 0,391 > 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif dan tidak signifikan pada hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, sehingga H₃ ditolak.
4. Nilai signifikansi FS_EM 0,514 > 0,05 dengan demikian manajemen laba berpengaruh positif dan tidak signifikan pada hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, sehingga H₄ ditolak.

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pengujian data, diperoleh hasil bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan (FV). Sedangkan, ukuran perusahaan (FS) berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan (FV). Sementara itu, manajemen laba tidak terbukti berperan memoderasi hubungan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan dengan nilai perusahaan (FV).

BIBLIOGRAFI

- Agustina, Silvia. (2013). Pengaruh profitabilitas dan pengungkapan corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi*, 1(1). [Google Scholar](#)
- Benne, Kheisy Kharenia, & Moningka, Petrus. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Pemoderasi Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei. *Klabat Accounting Review*, 1(1), 56–70. [Google Scholar](#)
- Christiani, Lisna, & Herawaty, Vinola. (2019). Pengaruh kepemilikan manajerial, komite audit, leverage, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. *Prosiding Seminar Nasional Cendekiawan*, 2–35. [Google Scholar](#)
- Damayanthi, IGAE. (2019). Fenomena Faktor yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2), 208–218. [Google Scholar](#)
- Elkington, John. (1998). Cannibals with forks: The triple bottom line of sustainability. *Gabriola Island: New Society Publishers*. [Google Scholar](#)
- Ferri, Michael G., & Jones, Wesley H. (1979). Determinants of financial structure: A new methodological approach. *The Journal of Finance*, 34(3), 631–644. [Google Scholar](#)
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. [Google Scholar](#)
- Jensen, Michael C., & Meckling, William H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [Google Scholar](#)
- Lestari, D. S., & Wirawati, N. G. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Pengungkapan CSR Terhadap Nilai Perusahaan dengan GCG Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 23(2), 1386–1414. [Google Scholar](#)
- Lingga, V. P., & Wirakusuma, M. G. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8(4), 413–442. [Google Scholar](#)
- Mazida, H., & Purwantini, A. H. (2020). Pengaruh Pengungkapan CSR dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi. *Prosiding 2nd Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology*. [Google Scholar](#)

Analisis Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

- Purawan, N. M., & Wirakusuma, M. G. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Kinerja Lingkungan Sebagai Pemoderasi. *E-JA: E-Jurnal Akuntansi*, 30(2), 447–459. [Google Scholar](#)
- Raka. (2018). Perkembangan CSR di Indonesia. Retrieved from www.amerta.id website: <https://www.amerta.id>. [Google Scholar](#)
- Riyanto, T. (2015). Manfaat CSR bagi Perusahaan. Retrieved from zahiraaccounting.com website: <https://zahiraaccounting.com>. [Google Scholar](#)
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. [Google Scholar](#)
- Salim, Nabil. (2018). Pengaruh pengungkapan corporate social responsibility, good corporate governance dan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. *SKRIPSI-2018*. [Google Scholar](#)
- Suryana, Febby Nuraudita, & Rahayu, Sri. (2018). Pengaruh Leverage, Profitabilitas, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *EProceedings of Management*, 5(2). [Google Scholar](#)
- Susilawati. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Dan Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Perbankan. *Jurnal Studi Akuntansi Dan Keuangan*, 2(1), 31–46. [Google Scholar](#)
- Tandry, Agatha Yosephine, Setiawati, Lulu, & Setiawan, Evelyn. (2014). The effect of CSR disclosure to firm value with earning management as moderating variable: case study of non-financing firms listed at Indonesia Stock Exchange. *International Journal of Trade and Global Markets*, 7(3), 190–204. [Google Scholar](#)
- Wahyudi, Sely Megawati. (2020). The Effect of Corporate Social Responsibility, Investment Opportunity Set, Leverage, And Size of Companies on Corporate Value. *European Journal of Business and Management Research*, 5(4). [Google Scholar](#)

Putri Farah Sekar Arum, Ida Nurhayati

Widyarningsih, D. (2018). Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Serta Komite Audit Pada Nilai Perusahaan Dengan Pengungkapan CSR sebagai Variabel Moderating dan Firm Size sebagai Variabel Kontrol. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 19(1), 38–52. [Google Scholar](#)

Copyright holder:

Putri Farah Sekar Arum, Ida Nurhayati (2022)

First publication right:

Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia

This article is licensed under:



21. Analisis pengaruh pengungkapan

ORIGINALITY REPORT

16%

SIMILARITY INDEX

15%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

11%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

4%

★ Verdian Verdian, Heri Ispriyahadi. "PENGARUH PROFITABILITAS, KEBIJAKAN HUTANG, DAN LIKUIDITAS TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE", Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen, 2020

Publication

Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On