

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2018)

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Mencapai Derajat Sarjana S-1**



Disusun Oleh:
Husnul Mazida
NIM. 15.0102.0181

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2018)

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang



Disusun Oleh:
Husnul Mazida
NIM. 15.0102.0181

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAGELANG
TAHUN 2019**

SKRIPSI

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)
DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN
MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2018)**

Dipersiapkan dan disusun oleh:

Husnul Mazida

NPM 15.0102.0181

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji
Pada tanggal **19 Agustus 2019**.....

Susunan Tim Penguji

Pembimbing

Muhammad Al Amin, S.E., M.Si.

Pembimbing I

Annisa Hakim Purwantini, S.E., M.Sc.

Pembimbing II

Tim Penguji

Muhammad Al Amin, S.E., M.Si.

Ketua

Barkah Susanto, S.E., M.Sc., Ak.

Sekretaris

Farida, S.E., M.Si., Ak., CA.

Anggota

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana S1

Tanggal,

9 SEP 2018

Dra. Marlina Kurnia, MM

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Husnul Mazida
NIM : 15.0102.0181
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Akuntansi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2018)**

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. Apabila kemudian hari pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan bilamana diperlukan.

Magelang, 3 Agustus 2019
Pembuat Pernyataan,



Husnul Mazida
NIM. 15.0102.0181

RIWAYAT HIDUP

Nama : Husnul Mazida
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, Tanggal Lahir : Temanggung, 29 Desember 1997
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Dusun Watukarung RT 02 / RW 02, Desa
Campursari, Kecamatan Bulu,
Kabupaten Temanggung
Alamat Email : husnalmazida2@gmail.com

Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar (2003-2009) : SD Negeri Campursari
SMP (2009-2012) : SMP Negeri 1 Parakan
SMA (2012-2015) : SMA Muhammadiyah 1 Temanggung
Perguruan Tinggi (2015-2019) : S1 Program Studi Akuntansi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Magelang

Magelang, 3 Agustus 2019
Peneliti



Husnul Mazida
NIM. 15.0102.0181

MOTTO

"Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di jalan Allah"
(HR. Tirmidzi)

"Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja ia menyelesaikannya
dengan baik"
(HR. Thabrani)

"Bertakwalah pada Allah maka Allah akan mengajarimu. Sungguhnyanya
Allah Maha Mengetahui segala sesuatu."
(QS. Al-Baqarah: 282)

"Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai
penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar." (QS.
Al-Baqarah: 153)

"Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sungguhnyanya
bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai
(dari sesuatu urusan), tetaplah berkerja keras (untuk urusan yang lain).
Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap."
(QS. Al-Insyirah: 6-8)

"Bermimpilah semaumu dan kejarlah mimpi itu"

"Man Jadda Wa Jadda"

Barang siapa yang bersungguh-sungguh akan mendapatkannya

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2018)”**.

Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat Sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.

Proses penelitian dan penyusunan laporan penelitian dalam skripsi ini, penulis tidak luput dari kendala-kendala yang dihadapi. Kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Eko Muh. Widodo, M.T. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Magelang.
2. Ibu Dra. Marlina Kurnia, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
3. Ibu Nur Laila Yuliani, S.E., M.Sc. selaku Kepala Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang.
4. Bapak Muhammad Al Amin, SE., M.Si. dan Ibu Annisa Hakim Purwantini, S.E., M.Sc. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan membantu saya selama proses penulisan skripsi.
5. Dosen penguji yang sudah banyak membantu memberikan kritik dan saran terhadap perbaikan skripsi saya.
6. Bapak, (Almh) Ibu, dan kakak-kakak saya tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doanya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini.

7. Sahabat dan teman-teman satu kelas akuntansi angkatan 2015 yang selalu berbagi semangat dan saling bahu-membahu untuk sama-sama menyelesaikan skripsi hingga akhirnya dapat selesai setelah perjuangan yang luar biasa.
8. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT berkenan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak atas bantuan yang telah diberikan kepada penyusun. Harapan dari penyusun, semoga skripsi ini bermanfaat bagi siapa saja yang membutuhkannya.
Wassalamu'alailum Wr. Wb.

Magelang, 3 Agustus 2019

Peneliti



Husnul Mazida

NIM. 15.0102.0181

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
RIWAYAT HIDUP.....	iv
MOTTO.....	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Kontribusi Penelitian.....	11
E. Sistematika Pembahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS	13
A. Telaah Teori	13
1. <i>Signalling Theory</i>	13
2. Nilai Perusahaan.....	14
3. Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	17
4. Ukuran Perusahaan.....	19
5. Manajemen Laba	21
B. Telaah Penelitian Terdahulu	24
C. Perumusan Hipotesis.....	27
1. Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan	27
2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan.....	28
3. Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi	29
4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi	31
D. Model Penelitian	32
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Populasi dan Sampel Penelitian	33
B. Data Penelitian	33
C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel	34
D. Metode Analisis Data.....	40
E. Pengujian Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
A. Sampel Penelitian.....	50

B. Statistik Deskriptif	50
C. Uji Asumsi Klasik	54
D. <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA)	57
E. Pengujian Hipotesis	59
F. Pembahasan.....	64
G. Pembahasan Keseluruhan.....	73
BAB V KESIMPULAN	79
A. Kesimpulan	79
B. Keterbatasan Penelitian.....	81
C. Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	87

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Rekapitulasi Penelitian Terdahulu	24
Tabel 4.1	Seleksi sampel	50
Tabel 4.2	Statistik Deskriptif.....	51
Tabel 4.3	Hasil Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.4	Hasil Uji Multikolinearitas.....	55
Tabel 4.5	Hasil Uji Heteroskedastisitas	56
Tabel 4.6	Hasil Uji Autokorelasi.....	57
Tabel 4.7	Hasil Uji <i>Moderated Regression Analysis</i> (MRA).....	57
Tabel 4.8	Hasil Koefisien Determinasi	59
Tabel 4.9	Hasil Uji Statistik F	60
Tabel 4.10	Hasil Uji t	61
Tabel 4.11	Hasil Uji Hipotesis	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Penelitian	32
Gambar 3.1	Penerimaan Uji F.....	47
Gambar 3.2	Uji t Positif	48
Gambar 3.3	Uji t Negatif.....	49
Gambar 4.1	Nilai kritis Uji F	61
Gambar 4.2	Nilai Kritis Uji t Variabel Pengungkapan CSR.....	62
Gambar 4.3	Nilai Kritis Uji t Variabel Ukuran Perusahaan	63
Gambar 4.4	Nilai Kritis Uji t Moderat Pengungkapan CSR dan Manajemen Laba.....	63
Gambar 4.5	Nilai Kritis Uji t Moderat Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba.....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Daftar Populasi Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Priode 2008-2018	88
Lampiran 2	Daftar Perusahaan Pertambangan yang Menjadi Sampel Penelitian	90
Lampiran 3	Indikator Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) versi <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI) G4	91
Lampiran 4	Data Penelitian.....	97
Lampiran 5	Perhitngan Pengungkapan CSR.....	99
Lampiran 6	Perhitungan Ukuran Perusahaan.....	109
Lampiran 7	Perhitungan Total Akrual	111
Lampiran 8	Perhitungan Komponen <i>Non Discretionary Accruals</i> (NDA).....	113
Lampiran 9	Perhitungan <i>Non Discretionary Accruals</i> (NDA)	115
Lampiran 10	Perhitungan <i>Discretionary Accruals</i>	117
Lampiran 11	Perhitungan <i>Leverage</i>	119
Lampiran 12	Perhitungan Pertumbuhan Pendapatan (GRW)	121
Lampiran 13	Perhitungan Nilai Perusahaan.....	123
Lampiran 14	Tabel F.....	126
Lampiran 15	Tabel T.....	127
Lampiran 16	Hasil <i>Output</i> SPSS Statistik Deskriptif	128
Lampiran 17	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Normalitas	128
Lampiran 18	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Multikolinearitas	128
Lampiran 19	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Heteroskedastisitas.....	128
Lampiran 20	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji Autokorelasi.....	128
Lampiran 21	Hasil <i>Output</i> SPSS Koefisien Determinasi.....	128
Lampiran 22	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji F	128
Lampiran 23	Hasil <i>Output</i> SPSS Uji T	128

ABSTRAK

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*
(CSR) DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar
di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2018)**

Oleh:

Husnul Mazida
15.0102.0181

Nilai perusahaan merupakan kondisi yang menggambarkan pencapaian suatu perusahaan selama proses beroperasinya. Peningkatan nilai perusahaan merupakan prestasi yang mencerminkan peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham. Laporan keuangan merupakan media informasi bagi para *stakeholder* untuk menilai kinerja perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yang dilakukan dengan menggunakan data sekunder berupa data dari laporan tahunan pada tahun 2008 sampai dengan 2018. Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Berdasarkan metode pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dalam periode penelitian selama 11 tahun dari tahun 2008-2018 diperoleh sampel sebanyak 4 perusahaan atau 44 sampel. Uji hipotesis dilakukan dengan menggunakan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan manajemen laba tidak terbukti memoderasi secara memperlemah hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, namun manajemen laba mampu memoderasi secara memperlemah hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci: *Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keunggulan bisnisnya untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi dapat meningkatkan kesejahteraan para pemegang saham. Adanya jaminan kesejahteraan tersebut, para pemegang saham pun tidak akan ragu untuk menanamkan modalnya (Puspaningrum, 2017).

Menurut Widiastari & Yasa (2018) nilai perusahaan adalah harga saham yang bersedia dibayar oleh calon pembeli (pemegang saham atau investor) apabila perusahaan dijual. Nilai suatu perusahaan sangatlah penting bagi pemilik perusahaan karena hal tersebut merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan kinerja perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham. Harga saham memiliki korelasi yang positif terhadap nilai perusahaan karena harga saham yang tinggi maka akan meningkatkan nilai perusahaan. Widiastari & Yasa (2018) juga menyatakan bahwa harga saham yang meningkat akan meningkatkan nilai perusahaan yang ditandai dengan tingkat pengembalian investasi yang tinggi kepada pemegang saham. Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar percaya pada kinerja perusahaan dan yang lebih penting bahwa perusahaan memiliki prospek yang baik di masa mendatang.

Nilai perusahaan menunjukkan peningkatan kemakmuran pemegang saham apabila harga saham tersebut terus meningkat. Nilai perusahaan

menjadi sangat penting karena mencerminkan kinerja perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap perusahaan. Sebelum investor menginvestasikan dananya, investor memerlukan informasi mengenai kondisi perusahaan maupun kondisi di pasar modal. Informasi yang dibutuhkan investor adalah informasi yang kompeten dengan posisinya sebagai calon pemilik perusahaan. Pertama adalah masalah keamanan investasi, dan yang kedua adalah hasil atau laba yang dicapai dari informasi tersebut. Informasi dari emiten secara tidak langsung akan berpengaruh terhadap harga saham. Nilai perusahaan sering dikaitkan dengan harga saham, sehingga semakin tinggi harga saham maka akan semakin tinggi pula nilai perusahaan dan sebaliknya. Harga saham merupakan harga yang terjadi pada saat saham diperdagangkan di pasar (Utomo & Christy, 2017).

Fenomena turunnya harga saham secara tidak langsung mengindikasikan menurunnya nilai perusahaan. Contoh kasus penurunan nilai harga saham perusahaan pertambangan yang bergerak di bidang minyak dan gas (migas) terpantau turun pada perdagangan tanggal 8 Juni 2017 di Bursa Efek Indonesia. Penurunan itu seiring dengan melemahnya harga minyak global akibat peningkatan stok di Amerika Serikat. Harga saham PT Medco Energi Tbk (MEDC) tercatat turun 3,24 persen menjadi Rp 2.690 per saham. Pada saat yang sama, saham PT Elnusa Tbk (ELSA) melemah 1,32 persen menjadi Rp 300. Seperti dilaporkan oleh CNBC, harga minyak melemah hampir 5 persen pada perdagangan Rabu 7 Juni 2017 di New York setelah pemerintah Amerika Serikat melaporkan peningkatan stok minyak mentah.

Hal ini menimbulkan kekhawatiran bahwa pemangkasan produksi oleh produsen minyak dunia tidak banyak menghambat kelebihan pasokan global. Stok minyak mentah di AS naik 3,3 juta barel menjadi 513 juta barel, menurut *Energy Information Administration* (EIA) AS. Sebelumnya, analis memperkirakan penurunan 3,5 juta barel, terutama pada hari setelah data diterbitkan oleh *American Petroleum Institute* yang mengindikasikan penurunan lebih dalam. Kemarin, harga minyak mentah Brent ditutup di US\$ 48,27 per barel, turun 3,7 persen atau US\$ 1,85. (www.cnbcindonesia.com)

Sementara itu, harga *light crude* mencapai US\$ 45,72 per barel, turun 5,1 persen. Hubungan erat antara harga minyak dunia, saham ELSA dan MEDC ternyata sudah terjadi sejak lama. Bareksa memantau pergerakan keduanya selama lima tahun terakhir ini. Hasilnya, pergerakan saham ELSA dan MEDC sangat berkorelasi dengan harga minyak dunia. Medco, yang dikendalikan oleh taipan Arifin Panigoro, merupakan perusahaan minyak dan gas nasional. Medco mempunyai kaitan erat terhadap pergerakan minyak dunia karena mencatat pendapatan utama dari penjualan minyak. Sementara itu, Elnusa, yang 41 persen sahamnya dimiliki oleh PT Pertamina (Persero), merupakan penyedia jasa untuk perusahaan minyak dan gas. Bisnis Elnusa saat ini meliputi tiga kategori, yaitu jasa hulu migas terintegrasi, jasa penunjang hulu migas dan jasa hilir migas, Kamis (8/6/2017) oleh Hanum Kusuma Dewi. (www.cnbcindonesia.com)

Fenomena diatas dapat disimpulkan bahwa saham-saham yang bergerak dibidang minyak dan gas mengalami penurunan seiring dengan

melemahnya harga minyak global akibat peningkatan stok di Amerika Serikat. Selain itu, beberapa perusahaan mengalami penurunan harga saham dikarenakan pendapatannya menurun. Adapun pendapatan utama perusahaan tersebut bersumber dari penjualan minyak.

Penelitian ini menambahkan manajemen laba sebagai variabel moderasi. Alasan penambahan variabel moderasi manajemen laba yaitu karena manajemen laba dapat meningkatkan nilai perusahaan, tetapi terbatas dalam periode tertentu dan tidak akan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Tandy *et al.*, 2014). Peneliti memasukkan manajemen laba sebagai variabel pemoderasi yang diduga ikut memperkuat atau memperlemah terhadap nilai perusahaan.

Penelitian tentang manajemen laba sebagai variabel moderasi telah banyak dilakukan akan tetapi masih ditemukan ketidakkonsistenan hasil dalam hasil. Antara lain penelitian yang dilakukan Sial *et al.*, (2018) yang menunjukkan bahwa manajemen laba sebagai pemoderasi berpengaruh negatif pada hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan Tobin's Q. Hasil yang sama juga ditunjukkan pada penelitian Tandry *et al.*, (2014) yang menunjukkan bahwa manajemen laba sebagai pemoderasi berpengaruh negatif signifikan pada hubungan antara pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan pada penelitian Sabatini & Sudana (2019) yang menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan dalam pengaruh pengungkapan CSR pada nilai perusahaan.

Kegiatan CSR dapat menjadi salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan membangun citra positif di antara pemangku kepentingan membuat CSR menjadi salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan. Pelaksanaan CSR akan meningkatkan nilai perusahaan dilihat dari harga saham dan laba perusahaan (*earning*) sebagai akibat dari para investor yang menanamkan saham di perusahaan. (Tandry *et al.*, 2014) menyatakan bahwa dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor.

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh suatu perusahaan menurut Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang selanjutnya ditetapkan oleh PP No. 47 tahun 2012 tentang tanggung jawab sosial dan Perseroan Terbatas, sehingga dari peraturan tersebut dapat dikatakan bahwa perusahaan dalam mengoperasikan usahanya wajib melakukan pertanggungjawaban atas kondisi sosial dan lingkungan dan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan (Latifah & Luhur, 2017).

Annual report merupakan sarana komunikasi perusahaan dengan pihak eksternal. Telah dianjurkan dalam PSAK No.1 tahun 2009 paragraf 9 tentang Penyajian Laporan Keuangan, bagian Tanggung Jawab atas Laporan Keuangan dinyatakan bahwa: “Perusahaan dapat pula menyajikan laporan tambahan seperti laporan mengenai lingkungan hidup dan laporan nilai

tambah (*value added statement*), khususnya bagi industri dimana faktor-faktor lingkungan hidup memegang peranan penting dan bagi industri yang menganggap pegawai sebagai kelompok pengguna laporan yang memegang peranan penting.”

Penelitian tentang CSR telah banyak dilakukan akan tetapi masih ditemukan ketidakkonsistenan dalam hasil. Antara lain penelitian yang dilakukan Ta *et al.*, (2018), Murnita & Putra (2018), Hosana & Juniarti (2016), serta Ramadhani *et al.*, (2017) yang menunjukkan CSR memiliki pengaruh positif nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian yang dilakukan oleh Subatini & Sudana (2019) serta Puspaningrum (2017) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Perbedaan ini kemungkinan disebabkan oleh perbedaan sampel yang digunakan dan tahun data penelitian.

Ukuran perusahaan juga dianggap mampu mempengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan cerminan total dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Karena dengan semakin besar ukuran perusahaan, maka ada kecenderungan lebih banyak investor yang menaruh perhatian pada perusahaan tersebut. Hal ini disebabkan karena perusahaan yang besar cenderung memiliki kondisi yang lebih stabil. Kestabilan tersebut menarik investor untuk memiliki saham perusahaan tersebut. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki “nilai” yang lebih besar (Iskandar, 2017).

Cara lain bahwa perusahaan dapat melakukan untuk meningkatkan nilai mereka adalah dengan melakukan praktek manajemen laba. Manajemen laba memang dapat berpengaruh terhadap nilai perusahaan, tapi terbatas pada periode tertentu, dan tidak akan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang. Hal ini terjadi karena manajemen laba merupakan tindakan memodifikasi laporan keuangan, seperti menaikkan atau menurunkan laba yang dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi oleh manajemen yang bersifat subjektif, yang sesuai dengan kepentingan manajemen (Tandry *et al.*, 2014).

Fenomena menurunnya nilai perusahaan pada perusahaan pertambangan sub sektor migas di Indonesia dan perbedaan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya inilah yang mendorong peneliti untuk menguji kembali konsistensi hasil penelitian terdahulu. Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan Ta *et al.*, (2018) tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan. **Persamaan** penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada variabel penelitian yaitu *Corporate Social Responsibility* (CSR), periode penelitian selama 11 tahun, dan sama-sama menggunakan Tobin's Q untuk mengukur nilai perusahaan. Serta *leverage* dan pertumbuhan pendapatan sebagai variabel kontrol.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Ta *et al.*, (2018), yaitu **pertama**, adanya penambahan variabel independen yaitu ukuran perusahaan (*firm size*). Alasan penambahan variabel ukuran perusahaan adalah karena

ukuran perusahaan mempengaruhi nilai perusahaan. Semakin besarnya ukuran perusahaan akan mempengaruhi mudahnya perusahaan mendapat sumber pendanaan karena ukuran perusahaan dijadikan patokan dalam menilai kinerja perusahaan. Kinerja perusahaan yang bagus akan dapat meningkatkan total aset yang dimiliki sehingga ukuran perusahaan menjadi lebih besar. Perusahaan besar memiliki kecenderungan kondisi yang lebih stabil sehingga investor menjadi tertarik untuk membeli saham perusahaan tersebut yang berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan (Widiastari dan Yasa, 2018). Bukit *et al.*, (2018), Kusna dan Setijani (2018), Santoso (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Ketidakkonsistenan hasil ditunjukkan pada penelitian Wufron (2017) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan.

Perbedaan **kedua**, adanya penambahan manajemen laba sebagai variabel moderasi. Alasan penambahan variabel moderasi manajemen laba yaitu karena manajemen laba dapat meningkatkan nilai perusahaan, tetapi terbatas dalam periode tertentu dan tidak akan meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Tandy *et al.*, 2014).

Ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba. Fenomena manajemen laba pada perusahaan tambang di Indonesia seperti yang dilansir www.tambang.co.id pada 27 Januari 2016 yaitu perusahaan besar PT Timah (Persero) Tbk yang diduga memberikan laporan keuangan fiktif pada semester I 2015. Kegiatan laporan keuangan fiktif ini

dilakukan guna menutupi kinerja keuangan PT Timah yang terus mengkhawatirkan. Dari fenomena tersebut dapat disimpulkan bahwa perusahaan besar seperti PT Timah juga melakukan manajemen laba, sehingga perusahaan besar disini sangat mempengaruhi terjadinya manajemen laba karena semakin besar suatu perusahaan harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Perusahaan cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang (Astuti *et al.*, 2017).

Perbedaan **ketiga**, penelitian sebelumnya menggunakan 43 perusahaan yang terdaftar di Pasar Saham Vietnam dari tahun 2006-2016. Penelitian ini menggunakan data perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2008-2018. Hal tersebut didasarkan pada fenomena yang terjadi yang berkaitan dengan perusahaan pertambangan seperti pada kasus di beberapa perusahaan pertambangan yang mengalami penurunan harga saham berkelanjutan sehingga berdampak pada nilai perusahaan. Selain itu, perusahaan pertambangan sebagai objek penelitian karena perusahaan pertambangan mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap perekonomian Indonesia. Terlebih Indonesia merupakan negara penghasil sumber daya alam yang berpotensi sehingga dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan pendapatan nasional. Periode penelitian selama 11 tahun

sehingga data yang diperoleh akan semakin memperluas hasil penelitian yang dihasilkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka penelitian ini mengambil judul **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di BEI Tahun 2008-2018)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
3. Apakah manajemen laba memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan?
4. Apakah manajemen laba memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan pada rumusan masalah yaitu sebagai berikut:

1. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji secara empiris dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Menguji secara empiris dan menganalisis manajemen laba memoderasi pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.
4. Menguji secara empiris dan menganalisis manajemen laba memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

D. Kontribusi Penelitian

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta bermanfaat bagi masyarakat khususnya bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang ekonomi sebagai sumber atau referensi bagi pihak yang akan melakukan penelitian mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan sebagai referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengetahui nilai suatu perusahaan.

E. Sistematika Pembahasan

Penyusunan dan penulisan skripsi ini akan dibagi menjadi lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bagian awal dari penelitian yang berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian sistematika pembahasan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Bab ini berisi landasan teori dan penelitian terdahulu yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori dan analisis bagi penelitian ini untuk perumusan hipotesis. Bab ini juga menggambarkan model penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang populasi dan sampel, data penelitian yang berupa jenis data, sumber data dan pengukuran variabel, metode analisis data serta pengujian hipotesis

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang statistik deskriptif variabel penelitian, hasil pengujian asumsi klasik, hasil pengujian hipotesis, serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang menjawab pertanyaan penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran penelitian bagi peneliti selanjutnya

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

A. Telaah Teori

1. *Signalling Theory*

Signalling Theory atau teori sinyal dikembangkan oleh (Ross, 1977), menyatakan bahwa pihak eksekutif perusahaan memiliki informasi lebih baik mengenai perusahaannya akan terdorong untuk menyampaikan informasi tersebut kepada calon investor agar harga saham perusahaannya meningkat.

Teori sinyal menjelaskan tentang sinyal yang sengaja disampaikan oleh perusahaan melalui informasi profit perusahaan yang tinggi, dengan harapan bahwa pasar mampu membedakan perusahaan yang berkualitas baik dan buruk. Sinyal yang dimaksud merupakan kaitannya dengan informasi, sebagai pengungkapan yang dilakukan perusahaan dalam laporan tahunan. Semakin tinggi profit yang diperoleh suatu perusahaan maka nilai perusahaan juga semakin tinggi karena diminati oleh para investor (Wufron, 2017).

Signalling theory menjelaskan bahwa perusahaan didorong untuk dapat memberikan informasi laporan keuangannya kepada pihak eksternal (investor dan kreditor) untuk mencegah terjadinya asimetri informasi. Informasi yang diberikan perusahaan kepada pihak eksternal diharapkan dapat mengurangi terjadinya asimetri informasi antara pihak

internal dan pihak eksternal sekaligus diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan (Widiastari & Yasa, 2018).

Menurut Jogiyanto (2014:392) informasi yang dipublikasikan sebagai suatu pengumuman akan memberikan sinyal kepada investor dalam pengambilan keputusan investasi. Apabila pengumuman tersebut mengandung nilai yang positif, maka pasar akan merespon dengan baik informasi tersebut sehingga akan terjadi perubahan dalam volume perdagangan dan perubahan harga saham dimana hal tersebut dapat mempengaruhi nilai perusahaan yang tercermin dari peningkatan harga saham perusahaan.

Konsep *signaling theory* dalam penelitian ini dimana perusahaan harus mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* di dalam *annual reportnya* dan juga laporan keuangan untuk mengetahui ukuran perusahaan jika dilihat dari total aset. Penelitian ini juga terdapat variabel moderasi yaitu manajemen laba. Perusahaan terdorong untuk melakukan manajemen laba agar mendapatkan laba yang tinggi. Hal ini merupakan sebuah sinyal untuk menarik minat investor agar menanam saham dan meningkatkan nilai perusahaan.

2. Nilai Perusahaan

Nilai Perusahaan (*Firm Value*) merupakan nilai yang telah tercapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan

selama beberapa tahun, yaitu sejak perusahaan tersebut didirikan sampai dengan saat ini (Wufron, 2017).

Menurut Iskandar (2017), nilai perusahaan adalah jumlah yang diterima jika sebuah perusahaan dijual sebagai suatu bisnis yang sedang beroperasi. Nilai perusahaan menggambarkan seberapa baik atau buruk manajemen mengelola kekayaannya, hal ini bisa dilihat dari pengukuran kinerja keuangan yang diperoleh. Suatu perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan nilai perusahaannya. Peningkatan nilai perusahaan biasanya ditandai dengan naiknya harga saham di pasar. Semakin tinggi harga saham, semakin tinggi kemakmuran pemegang saham. Untuk mencapai nilai perusahaan umumnya para pemodal menyerahkan pengelolaannya kepada para profesional. Kinerja keuangan akan menentukan tinggi rendahnya harga saham dipasar modal. Berarti nilai perusahaan juga ditentukan oleh kinerja keuangan perusahaan. Apabila kinerja keuangan perusahaan baik, maka sahamnya akan diminati investor dan harganya meningkat.

Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar terhadap keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset dan seringkali diapresiasi berdasarkan nilai buku dan nilai pasar saham. Harga saham yang rendah akan membuat citra nilai perusahaan terlihat buruk di mata investor, sedangkan harga saham yang terlalu tinggi akan membuat investor tidak tertarik untuk membeli. Untuk memaksimalkan nilai

perusahaan, perusahaan harus memperhatikan sumber dana perusahaan seperti hutang, ekuitas maupun saham preferen (Santoso, 2016).

Menurut Utomo & Christy (2017), nilai perusahaan mencerminkan nilai saat ini dari pendapatan yang diinginkan dimasa mendatang dan indikator bagi pasar dalam menilai perusahaan secara keseluruhan. Melaksanakan fungsi manajemen keuangan merupakan hal yang dapat dilakukan untuk mencapai tujuan perusahaan. Kombinasi optimal dari keputusan manajemen dapat mengoptimalkan nilai perusahaan yang akan mempengaruhi kemakmuran pemegang saham. Nilai perusahaan dapat tercermin melalui harga saham, bagi perusahaan yang menerbitkan saham dipasar modal. Semakin tinggi harga saham berarti semakin tinggi tingkat pengembalian kepada investor dan itu berarti semakin tinggi juga nilai perusahaan yang terkait dengan tujuan dari perusahaan itu sendiri, yaitu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham.

Menurut Wufron (2017), “suatu perusahaan memiliki nilai yang baik jika mampu menunjukkan kinerja perusahaan juga baik yang tercermin pada harga sahamnya”. Nilai Perusahaan dapat diproksikan dengan menggunakan Tobin's Q. Rasio ini dikembangkan oleh Profesor James Tobin (1967). Tobin's Q merupakan rasio yang menunjukkan estimasi pasar sehingga memberikan informasi yang rasional mengenai nilai perusahaan, karena memasukkan seluruh aset perusahaan. Jika nilai yang didapat dari hasil perhitungan lebih dari 1, artinya aktiva

menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan pengeluaran investasi, sehingga akan merangsang investasi baru. Jika nilai didapat di bawah satu, maka investasi dianggap tidak menarik.

3. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Sabatini & Sudana (2019), *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Tanggung jawab tersebut meliputi pencegahan dari dampak negative yang ditimbulkan perusahaan terhadap pihak lain dan lingkungan serta meningkatkan kualitas masyarakat termasuk karyawan, pemasok, pelanggan, dan lingkungan sekitar perusahaan. CSR juga merupakan tanggung jawab yang tidak bisa lepas baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi masyarakat (Hosana & Juniarti, 2016).

Pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan kegiatan untuk melindungi kehidupan lingkungan, hak-hak karyawan, serta tanggung jawab yang dilakukan untuk komunitas. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Disclosure*) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Penerapan CSR dapat diungkapkan

perusahaan dalam media laporan tahunan (*annual report*) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Ta *et al.*, 2018).

Undang-undang No. 40 tahun 2007, pasal 74 ayat 1 yang menyebutkan bahwa perseroan yang menjalankan usaha dibidang sumber daya alam dan bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Undang-undang tersebut tidak hanya sekedar kewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan, melainkan juga mewajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Terdapat 2 indikator yang dipakai perusahaan dalam melaporkan kegiatan CSR. Pertama yaitu yang diterapkan oleh GRI (*Global Reporting Initiative*). GRI G4 menyatakan pengungkapannya dalam 91 item pengungkapan yang terdiri dari ekonomi (9 item), lingkungan (34 item), dan sosial yang mencakup tenaga kerja (16 item), hak asasi manusia (12 item), masyarakat (11 item) dan produk (9 item).

Kedua yaitu yang dilakukan oleh Sembiring (2005) yang terdiri dari 78 item pengungkapan yang sesuai untuk diterapkan di Indonesia. Hal ini disesuaikan dengan peraturan BAPEPAM No.VIII G.2 Berdasarkan tentang laporan tahunan dan kesesuaian item untuk diaplikasikan di Indonesia. Dimana dalam pengungkapannya terdiri dari lingkungan (13 item), energi (7 item), kesehatan dan keselamatan kerja

(8 item), lain-lain tenaga kerja (29 item), produk (10 item), keterlibatan masyarakat (9 item) dan umum (2 item).

4. Ukuran Perusahaan

Menurut Pratama & Wiksuana (2016), ukuran perusahaan merupakan cerminan total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, berarti aset yang dimiliki perusahaan pun semakin besar dan dana yang dibutuhkan perusahaan untuk mempertahankan kegiatan operasionalnya pun semakin banyak. Semakin besar ukuran perusahaan akan mempengaruhi keputusan manajemen dalam memutuskan pendanaan apa yang akan digunakan oleh perusahaan agar keputusan pendanaan dapat mengoptimalkan nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan. Perusahaan besar biasanya mendapatkan respon positif dari investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Santoso, 2016).

Ukuran perusahaan dianggap mampu memengaruhi nilai perusahaan. Ukuran perusahaan dapat terlihat dari total aset yang dimiliki

oleh satu perusahaan. Ukuran perusahaan yang besar mencerminkan bahwa perusahaan tersebut sedang mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang baik sehingga meningkatkan nilai dari suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang meningkat dapat ditandai dengan total aktiva perusahaan yang mengalami kenaikan dan lebih besar dibandingkan dengan jumlah hutang perusahaan (Pratama & Wiksuana, 2016).

Menurut Utomo & Christy (2017), ukuran perusahaan dapat ditunjukkan oleh total aset, total penjualan bersih, rata-rata tingkat penjualan dan rata-rata total aktiva. Semakin besar total aset atau aktiva perusahaan maka semakin besar pula ukuran suatu perusahaan tersebut. Semakin besar total aktiva maka semakin besar modal yang ditanam, sementara semakin banyak penjualan maka semakin banyak juga perputaran uang dalam perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik (*greater control*) terhadap kondisi pasar, sehingga perusahaan tersebut mampu menghadapi persaingan ekonomi, yang membuat perusahaan menjadi tidak rentan terhadap terjadinya fluktuasi ekonomi. Selain itu, perusahaan-perusahaan besar memiliki lebih banyak sumber daya untuk dapat meningkatkan nilai dari perusahaan, karena perusahaan besar memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber-sumber informasi eksternal jika dibanding dengan perusahaan-perusahaan kecil.

5. Manajemen Laba

Menurut Scott (2012) manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alami dapat memaksimalkan utilitas mereka atau nilai pasar perusahaan. Manajemen laba jika dilihat secara prinsip memang tidak menyalahi prinsip akuntansi yang berterima umum, namun manajemen laba dinilai dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, menurunkan nilai laporan keuangan dan memberikan informasi yang tidak relevan bagi investor. Semakin menurunnya kepercayaan masyarakat berdampak pada menurunnya nilai perusahaan karena banyak investor yang akan menarik kembali investasi yang telah ditanamkan.

Manajemen laba diduga muncul atau dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan. Manajemen laba memberikan gambaran akan perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu, yaitu adanya kemungkinan munculnya motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk mengatur data keuangan yang dilaporkan (Sabatini & Sudana, 2019).

Menurut Agustia & Suryani (2018) manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan yang bisa memberikan informasi

mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*), yang sesungguhnya tidak dialami perusahaan yang dalam jangka panjang tindakan tersebut bisa merugikan perusahaan. Tindakan manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk mengubah laporan keuangan dengan tujuan memanipulasi besaran laba kepada tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil perjanjian (kontrak) yang tergantung pada angka angka yang dihasilkan.

Subramanyam & Wild (2010) menyatakan bahwa manajemen laba sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi. Terdapat tiga jenis strategi manajemen laba yang sering kali digunakan oleh manajer untuk mencapai tujuan manajemen laba jangka panjang.

- a. Manajer meningkatkan laba (*income increasing*) periode kini.
- b. Manajer melakukan “mandi besar” (*big bath*) melalui pengurangan laba periode ini.
- c. Manajer mengurangi fluktuasi laba dengan perataan laba (*income smoothing*).

Manajemen laba dapat dilakukan melalui kebijakan akrual dan aktivitas riil. Kebijakan akrual adalah kebijakan yang didasarkan pada estimasi atau asumsi. Kebijakan akrual dibedakan menjadi dua macam yaitu *discretionary accruals* dan *nondiscretionary accruals*. *Discretionary accruals* sebagai akrual yang digunakan untuk mengurangi

atau meningkatkan laba yang dilaporkan dengan cara memilih kebijakan akuntansi sedangkan *nondiscretionary accruals* adalah manipulasi kebijakan akrual yang dilakukan bukan atas kehendak manajemen melainkan karena adanya perubahan kondisi perusahaan dan hal ini dilakukan secara wajar. Penelitian ini menggunakan perhitungan *discretionary accruals* yang dihitung dengan menggunakan *Modified Jones Model* untuk mendeteksi manajemen laba. Perusahaan menggunakan pengungkapan CSR sebagai *discretionary accruals* untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* (Prior, *et al.*, 2008).

Perusahaan melakukan manajemen laba dengan cara menaikkan laba maupun menurunkan laba. Nilai *discretionary accruals* yang positif menunjukkan bahwa perusahaan melakukan praktik manajemen laba dengan cara menaikkan laba perusahaan sedangkan nilai *discretionary accruals* yang negatif menunjukkan bahwa perusahaan melakukan praktik manajemen laba dengan cara menurunkan laba perusahaan. Manajemen laba yang dilakukan dengan menggunakan akrual yang menaikkan laba untuk tujuan mendapatkan harga saham yang relatif tinggi pada waktu penerbitan saham. Manajemen laba dapat juga dilakukan dengan tujuan mendapatkan keuntungan terkait dengan kepemilikan saham manajemen. Hal ini dapat dilakukan, misalnya, dalam rangka program opsi saham karyawan. Dalam program ini, harga pengambilan opsi biasanya ditentukan pada saat penawaran program. Hal ini mendorong manajemen untuk melakukan manajemen laba sebelum tanggal hibah opsi yaitu

menurunkan laba agar mempengaruhi harga saham dan dengan demikian manajemen dapat menerima opsi pada waktu harga saham relatif rendah. Selain itu, manajemen laba yang dilakukan dengan menggunakan akrual yang menurunkan laba juga untuk tujuan penghematan kewajiban pajak yang harus dibayar perusahaan kepada pemerintah, karena semakin rendah laba yang dilaporkan perusahaan semakin rendah pula pajak yang harus dibayarkan (Belkaoui, 2007).

B. Telaah Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu

No.	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
1.	Ta et al., (2018)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen: <i>Corporate Value</i>	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
2.	Sial et al., (2018)	Independen: <i>Corporste Social Responsibility</i> Dependen: <i>Firm Performance</i> Moderasi: <i>Earnings Management</i>	CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan Tobin's Q. Manajemen laba sebagai moderasi berpengaruh negatif pada hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan yang diprosikan dengan Tobin's Q.
3.	Tandry et al., (2014)	Independen: <i>Disclosure</i> Dependen: <i>Firm Value</i> Moderasi: <i>Earning Managements</i>	Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Manajemen laba sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif signifikan pada hubungan antara pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
4.	Sabatini & Sudana (2019)	Independen: Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen: Nilai Perusahaan Moderasi: Manajemen Laba	Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Manajemen laba tidak berpengaruh signifikan dalam pengaruh pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> pada nilai perusahaan.
5.	Ramadhani <i>et al.</i> , (2017)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan Manajerial Dependen: Nilai Perusahaan	CSR dan kepemilikan manajerial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.
6.	Murnita & Putra (2018)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen: Nilai Perusahaan	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
7.	Hosana & Juniarti (2016)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> Dependen: <i>Corporate Value</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
8.	Puspaningrum (2017)	Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Kepemilikan Manajerial Dependen: Nilai Perusahaan	CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI. Kepemilikan manajerial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan pertambangan di BEI

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu (Lanjutan)

No.	Peneliti	Variabel	Hasil Penelitian
9.	Bukit <i>et al.</i> , (2018)	Independen: <i>Firm Performance, Firm Size, and Firm Monitoring</i> Dependen: <i>Firm Value</i> Moderasi: <i>Earning Managements</i>	Kinerja perusahaan, ukuran perusahaan, dan <i>debt monitoring</i> berhubungan positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Manajemen laba memperlemah pada ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
10.	Widiastari & Yasa (2018)	Independen: Profitabilitas, <i>Free Cash Flow</i> , dan Ukuran Perusahaan Dependen: Nilai Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif pada nilai perusahaan. <i>Free cash flow</i> tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.
11.	Santoso (2016)	Independen: Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Tingkat Pertumbuhan Dependen: Nilai Perusahaan	Profitabilitas dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan tingkat pertumbuhan berpengaruh tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.
12.	Kusna & Setijani (2018)	Independen: Kinerja Keuangan, <i>Growth Opportunity</i> , dan Ukuran Perusahaan Dependen: Nilai Perusahaan	Kinerja keuangan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. <i>Growth Opportunity</i> dan ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
13.	Wufron (2017)	Independen: Ukuran Perusahaan dan Tingkat Profitabilitas Dependen: Kinerja Perusahaan dan Nilai Perusahaan	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan

Sumber: Beberapa Penelitian Terdahulu

C. Perumusan Hipotesis

1. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

CSR adalah komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggung jawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial dan juga lingkungan. Menurut Hosana & Juniarti (2016) jika perusahaan menerapkan CSR maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang direspon positif oleh *stakeholder*. Respon positif dikarenakan *stakeholder* melihat bahwa resiko perusahaan untuk dikenakan sanksi, boikot, dan protes semakin rendah. Karena resiko perusahaan rendah dan memiliki reputasi yang baik dimata pelanggan maka perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan dan mampu meningkatkan laba perusahaan sehingga harga saham perusahaan meningkat yang memberikan keuntungan bagi investor dan nilai perusahaan meningkat. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Ketika perusahaan mengungkapkan laporan mengenai pelaksanaan CSR yang tercermin dari harga pasar saham dan laba perusahaan akan menarik minat investor untuk menanam saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Sabatini & Sudana, 2019).

Hasil penelitian Ta *et al.*, (2018) dan Ramadhani *et al.*, (2017) menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sial *et al.*, (2018) juga menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Selain itu, Hosana & Juniarti (2016) dan Murnita & Putra (2018) juga menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H1. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari total asetnya. Semakin besar ukuran perusahaan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki sumber daya yang baik, sehingga perusahaan mampu melakukan kegiatan operasional lebih maksimal dan kinerja perusahaan meningkat, maka laba perusahaan mengalami peningkatan. Meningkatnya laba perusahaan berpeluang bagi investor untuk menerima *return* sehingga harga saham dan nilai perusahaan meningkat. Ukuran perusahaan yang besar juga menunjukkan bahwa perusahaan mengalami perkembangan sehingga investor akan merespon positif dan akan meningkat nilai perusahaan (Utomo & Christy, 2017). Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Semakin besar ukuran perusahaan maka investor akan

lebih tertarik untuk membeli sahamnya, sehingga akan meningkatkan permintaan saham perusahaan dan memacu naiknya harga saham perusahaan. Peningkatan tersebut menunjukkan bahwa perusahaan dianggap memiliki nilai yang lebih besar di mata investor (Widiastari & Yasa, 2018).

Hasil penelitian Kusna & Setijani (2018), Bukit *et al.*, (2017), Santoso (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berhubungan positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian Widiastari & Yasa (2018) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif pada nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H2. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan

3. Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

Menurut Scott, manajemen laba merupakan tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dengan standar tertentu untuk mencapai target keuntungan tertentu, dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan manajemen dan/atau nilai perusahaan. Manajemen laba timbul karena sifat oportunistik manajer yang ingin menyajikan informasi yang lebih baik dari yang sebenarnya seperti mengelola laba. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik

kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Agar dapat mengurangi ketidakpuasan atau kecurigaan dari *stakeholder* maka manajer menggunakan CSR sebagai tameng. Manajemen laba yang tinggi akan merugikan perusahaan dalam jangka panjang apabila terdeteksi dan perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari para investor dan *stakeholder*. Masalah tersebut akan menurunkan citra positif yang sudah dibangun perusahaan dengan mengungkapkan CSR dan membuat nilai perusahaan terlihat buruk tercermin di pasar saham akan meningkat (Sabatini & Sudana, 2019).

Hasil penelitian Tandry *et al.*, (2014) menunjukkan bahwa manajemen laba sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif signifikan pada hubungan antara CSR dan nilai perusahaan. Hasil yang sama juga ditunjukkan oleh penelitian Sial *et al.*, (2018) yang menunjukkan bahwa manajemen laba sebagai variabel moderasi berpengaruh negatif pada hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan yang diproksikan dengan Tobin's Q. Hasil penelitian tersebut bertolakbelakang dengan penelitian Sabatini & Sudana (2019) yang menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan dalam pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H3. Manajemen Laba memperlemah Hubungan Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Nilai Perusahaan

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderasi

Menurut Scott, manajemen laba merupakan tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dengan standar tertentu untuk mencapai target keuntungan tertentu, dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan manajemen dan/atau nilai perusahaan. Manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara principal dan agen yang timbul sebagai masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang diinginkan. Beberapa perusahaan termotivasi untuk melakukan manajemen laba untuk memberikan sinyal positif tentang prospek masa depan perusahaan, sebagian besar perusahaan terlibat dalam praktik manajemen laba untuk menyembunyikan informasi aktual pendapatan. Teori sinyal menyatakan bahwa perusahaan akan berusaha menyampaikan hal baik kepada publik untuk mendapat respon yang baik pula. Manajemen khawatir tentang reaksi negatif pasar terhadap informasi tentang keuntungan atau kerugian yang rendah sehingga perusahaan terdorong melakukan manajemen laba untuk memberikan sinyal positif kepada para investor atau *stakeholder*. Namun, sinyal positif ini dalam jangka panjang tidak dapat dipertahankan oleh manajemen, yang tercermin dalam penurunan kinerja yang dilaporkan oleh perusahaan. Manipulasi laba yang dilaporkan dapat mengakibatkan buruknya kualitas informasi kinerja perusahaan, yang dapat mengakibatkan penurunan nilai perusahaan di masa depan

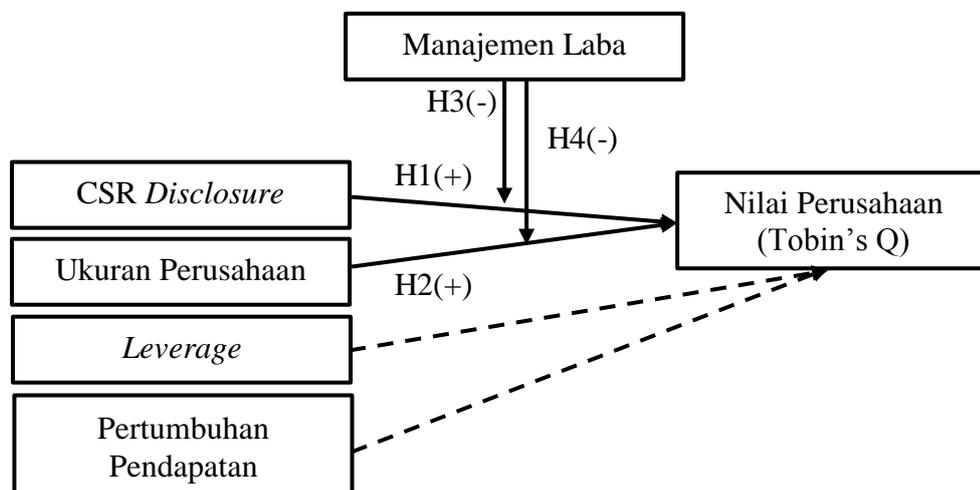
(Bukit *et al.*, 2018). Semakin tinggi manajemen laba, akan mengakibatkan pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan semakin lemah.

Hasil penelitian Bukit *et al.*, (2018) menunjukkan bahwa manajemen laba memperlemah ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H4. Manajemen Laba memperlemah Hubungan Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

D. Model Penelitian

Model penelitian mengenai hubungan antar variabel-variabel yang telah dijelaskan dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Model Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini merupakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI dari tahun 2008-2018 yang tercantum dalam IDX. Metode pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu tipe pemilihan sampel secara tidak acak yang informasinya diperoleh dengan menggunakan pertimbangan tertentu.

Adapun kriteria-kriteria yang digunakan dalam penelitian sampel penelitian ini adalah:

1. Perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2008-2018.
2. Perusahaan pertambangan yang mempublikasikan laporan tahunannya (*annual report*) dari tahun 2008-2018 secara berturut-turut di mana di dalamnya terdapat data dan informasi yang dapat digunakan dalam penelitian ini.
3. Perusahaan pertambangan yang mengalami laba 11 tahun berturut-turut yaitu pada tahun 2008-2018.

B. Data Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang bersifat kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini adalah berupa laporan tahunan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa

Efek Indonesia (BEI) tahun 2008-2018 yang diperoleh dari situs www.idx.co.id, *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD) atau website masing-masing perusahaan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah pengumpulan data menggunakan metode-metode atau catatan laporan tertulis dari peristiwa di masa lalu objek penelitian. Data diperoleh dengan cara menyalin terkait dengan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian. Data yang diperoleh dari *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD), *Indonesian Stock Exchange* (IDX) dan situs perusahaan berupa data kuantitatif (laporan tahunan perusahaan) nantinya akan diambil elemen-elemen tertentu yang akan digunakan dalam pengukuran variabel.

C. Variabel Penelitian dan Pengukuran Variabel

1. Variabel Dependen

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar terhadap keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset dan seringkali diapresiasi berdasarkan nilai buku dan nilai pasar saham (Keown *et al.*, 2005). Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah alat ukur keuangan modern yang diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1971 untuk mencerminkan nilai pasar dari total aset dibandingkan dengan nilai buku dari total aset (Tobin, 1971 dalam Ta *et*

al., 2018). *Tobin's Q* diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Tobin, 1971 dalam Ta *et al.*, 2018):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan:

MVE = Nilai pasar ekuitas saham (Jumlah saham beredar × Harga penutupan)
 DEBT = Nilai buku dari hutang
 TA = Nilai buku dari total aset

2. Variabel Independen

a. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Menurut Hackston & Milne (1996) dalam Tandry *et al.*, (2014), pengungkapan CSR adalah proses mengkomunikasikan dampak sosial dan lingkungan dari operasi perusahaan terhadap kelompok kepentingan dan masyarakat secara keseluruhan. Pengungkapan CSR dalam penelitian ini menggunakan indikator dari *Global Reporting Initiative* (GRI) G4. Penilaian yang dilakukan dalam mengukur luas pengungkapan CSR dengan pemberian skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan oleh perusahaan (Ta *et al.*, 2018). Apabila perusahaan mengungkapkan aktivitas CSR secara penuh maka nilai maksimal yang dicapai yakni 91. Rumus perhitungan CSR sebagai berikut (Haniffa & Cooke, 2005):

$$\text{CSR}_{Dj} = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSR D_j$ = Indeks *Corporate Social Responsibility* perusahaan
 $\sum X_{ij}$ = Total item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan yang dinotasikan dengan angka 1 jika *item* diungkapkan, dan angka 0 jika *item* tidak diungkapkan. Dengan demikian, $0 < CSRI_j < 1$
 N_j = Total item, $n_j = 91$

b. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain (Brigham dan Houston, 2014). Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam logaritma natural (Ln) dari total aset dan total penjualan (Chen & Chen, 2011). Semakin besar total aset, maka modal perusahaan semakin banyak sehingga dapat menunjang. Ukuran perusahaan sering menjadi indikator bagi peluang terjadinya kebangkrutan bagi suatu perusahaan, dimana perusahaan dalam ukuran besar dipandang lebih mampu menghadapi krisis dalam menjalankan usahanya. Perusahaan besar biasanya mendapatkan respon positif dari investor sehingga nilai perusahaan akan meningkat (Santoso, 2016). Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur menggunakan total asset. Rumus ukuran perusahaan adalah sebagai berikut (Chen & Chen, 2011):

$$Size = \ln (\text{Total Aset})$$

Keterangan:

$Size$ = Ukuran Perusahaan
 \ln = *Logaritma Natural*

3. Variabel Moderasi

Variabel moderasi mempunyai pengaruh ketergantungan yang kuat dengan hubungan variabel terikat dan variabel bebas (Sekaran, 2006). Variabel moderasi dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antar variabel. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Shah *et al.*, (2010) mendefinisikan manajemen laba adalah pengambilan keputusan dan pelaporan laporan keuangan oleh manajer yang memiliki alasan dan juga hukum, untuk mencapai stabilitas pendapatan. Menurut Heally & Wahlen (1999) dalam Tandry *et al.*, (2014), manajemen laba terjadi ketika manajemen menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan yang dapat mengubah laporan keuangan sehingga dapat memberikan informasi yang tidak akurat kepada pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Manajemen laba dalam penelitian dinyatakan dengan lambang variabel DA. Manajemen laba diproksi dengan *discretionary accruals* yang dihitung dengan menggunakan *The Modified Jones Model*. Model Jones yang dimodifikasi digunakan karena dianggap sebagai model terbaik dalam mendeteksi manajemen laba dibandingkan model lain serta memberikan hasil yang paling kuat (Dechow *et al.*, 1995 dalam Tandry *et al.*, 2014). Langkah-langkah dalam menghitung *discretionary accruals* sebagai berikut (Dechow *et al.*, 1995 dalam Tandry *et al.*, 2014):

$$TA_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Selanjutnya, menghitung estimasi *discretionary accrual* dengan menggunakan model Jones (1991), yang diestimasi dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$TA_{it}/A_{it-1} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_t/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_t/A_{it-1}) + \varepsilon_t$$

Untuk mencari nilai *non-discretionary accrual* (NDA), maka digunakan rumus Jones (1991) yang dimodifikasi Dechow *et al.*, (1995), yaitu:

$$NDA_{it} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_t/A_{it-1} - \Delta REC_t/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_t/A_{it-1})$$

Selanjutnya *discretionary accrual* (DA) dapat dihitung sebagai berikut:

$$DA_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - NDA_{it}$$

Keterangan:

- DA_{it} = *Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode ke t
 NDA_{it} = *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode ke t
 TA_{it} = Total akrual perusahaan i pada periode ke t
 NI_{it} = Laba bersih perusahaan pada i pada periode ke t
 CFO_{it} = Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode ke t
 A_{it-1} = Total aktiva perusahaan i pada periode ke t
 ΔREV_t = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode ke t
 PPE_t = Aktiva tetap perusahaan i pada periode ke t
 ΔREC_t = Perubahan piutang perusahaan i pada periode ke t
 ε_t = *error terms*

4. Variabel Kontrol

Variabel kontrol digunakan untuk mengontrol hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, karena variabel kontrol diduga ikut berpengaruh terhadap variabel bebas. Variabel kontrol yang

digunakan dalam penelitian adalah *leverage* dan pertumbuhan pendapatan.

a. *Leverage*

Leverage adalah penggunaan aset atau dana yang memiliki biaya tetap untuk diperbesar kembali ke pemilik perusahaan (Gitman, 2009 dalam Tandry *et al.*, 2014). Menurut Warren & Reeve (2004) dalam Tandry *et al.*, (2014) *leverage* dilihat dari hubungan antara hutang dan ekuitas dapat dihitung dengan persentase dari total dana yang disediakan oleh kreditor dibandingkan dengan dana yang disediakan oleh pemilik. Rumus berikut adalah digunakan untuk menghitung leverage (Warren & Reeve, 2004 dalam Tandry *et al.*, 2014):

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total Aset}}$$

b. *Pertumbuhan Pendapatan (Revenue Growth)*

Menurut Nurmasari (2018), pertumbuhan pendapatan mencerminkan keberhasilan investasi pada periode masa lalu dari suatu perusahaan. Pertumbuhan pendapatan ini dapat meramalkan bagaimana pendapatan perusahaan pada masa yang akan datang. “Bagi perusahaan, peramalan pendapatan adalah budget yang direncanakan, sedangkan bagi analis merupakan target yang harus dicapai perusahaan pada masa yang akan datang (Manurung, 2007:48)”. Jika nilai pertumbuhan pendapatan positif, menunjukkan ada kenaikan pendapatan dibandingkan tahun

sebelumnya. Jika nilainya negatif, menunjukkan adanya penurunan pendapatan dibandingkan tahun sebelumnya. Pertumbuhan pendapatan perusahaan dapat dihitung dengan rumus berikut ini (Manurung, 2007):

$$GRW = \frac{R_1 - R_{(t-1)}}{R_{(t-1)}}$$

Keterangan:

R_1 = Pendapatan pada tahun ke t
 $R_{(t-1)}$ = Pendapatan pada periode sebelumnya

D. Metode Analisis Data

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif merupakan statistik yang menggambarkan fenomena atau karakteristik dari data, yaitu karakteristik distribusinya. Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, *range*, kurtosis, dan *skewness* (kemencengan distribusi) (Ghozali, 2018).

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, nilai residual mengikuti distribusi normal, sehingga jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil (Ghozali, 2018). Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian

ini adalah uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada tingkatan signifikan 0,05 atau 5%.

Uji K-S dilakukan dengan membuat hipotesis:

Ho : data terdistribusi secara normal

Ha : data tidak terdistribusi secara normal

Dasar pengambilan keputusan uji statistik non-parametrik *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) pada tingkat signifikansi 5% yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* >0,05, maka data berdistribusi normal
- 2) Jika *Asymp. Sig. (2-tailed)* <0,05, maka data tidak berdistribusi normal

Menurut Ghozali (2018) terdapat beberapa cara untuk mengatasi kasus jika data tidak berdistribusi normal yaitu:

- 1) Melakukan transformasi data. Transformasi data dapat dilakukan dengan beberapa bentuk yaitu: *square root*, *logaritma*, *inverse*, *reflect and square root*, *reflect and logaritma*, *reflect and inverse*.
- 2) Mendeteksi adanya data *outlier*. Deteksi terhadap *univariate outlier* dapat dilakukan dengan menentukan nilai batas yang akan dikategorikan sebagai data *outlier* yaitu dengan cara mengkonversi nilai data ke dalam skor *standardized* atau yang biasa disebut *z-score*, yang memiliki nilai *means* (rata-rata) sama dengan nol dan standar deviasi sama dengan satu.
- 3) Menambah data observasi dalam populasi.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2018). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Multikolinearitas dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *variance inflation factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai *tolerance* rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF=1/tolerance$). Data dikatakan bebas multikolinieritas jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≤ 10 (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018), terdapat beberapa cara mengobati Multikolinearitas:

- 1) Menggabungkan data *crosssection* dari *time series* (*pooling data*).
- 2) Mengeluarkan satu atau lebih variabel independen yang mempunyai korelasi tinggi dari model regresi dan identifikasikan variabel independen lainnya untuk membantu prediksi.
- 3) Melakukan transformasi variabel merupakan salah satu cara mengurangi hubungan linear di antara variabel independen. Transformasi dapat dilakukan dalam bentuk logaritma natural dan bentuk *first difference* atau delta.
- 4) Menggunakan model dengan variabel independen yang mempunyai korelasi tinggi hanya semata-mata untuk prediksi.

- 5) Menggunakan metode analisis yang lebih canggih seperti *Bayesian regression* atau dalam kasus khusus *ridge regression*.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan Uji Glejser. Uji Glejser dilakukan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen. Dasar pengambilan Uji Glejser yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika tingkat signifikansi diatas 5%, maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika tingkat signifikansi dibawah 5%, maka terjadi heteroskedastisitas

Terdapat cara dalam mengobati jika terjadi heteroskedastisitas pada saat pengujian yaitu dengan melakukan transformasi variabel (Ghozali, 2018).

d. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t

dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu dengan lainnya. Masalah tersebut muncul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari observasi ke observasi lainnya. Uji autokorelasi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *run test*. Pengujian *run test* digunakan untuk melihat apakah suatu data residual terjadi secara acak atau tidak dengan taraf signifikansi 0,05. Suatu data dikatakan terjadi autokorelasi apabila nilai *test* dan probabilitas lebih besar daripada alpha dan sebaliknya (Ghozali, 2018).

Menurut Ghozali (2018), terdapat beberapa cara pengobatan autokorelasi:

- 1) Menentukan apakah autokorelasi yang terjadi merupakan *autocorrelation* dan bukan karena kesalahan spesifikasi model regresi. Pola residual dapat terjadi karena adanya kesalahan spesifikasi model yaitu ada variable penting yang tidak dimasukkan kedalam model atau dapat juga karena bentuk fungsi persamaan regresi tidak benar.
- 2) Jika yang terjadi adalah pure *autocorrelation*, maka solusi autokorelasi adalah dengan mentransformasi model awal menjadi model *difference*.

3. *Moderate Regression Analysis (MRA)*

Menurut Ghozali (2018), analisis regresi moderasi bertujuan untuk mengetahui apakah variabel pemoderasi akan memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel independen dan variable dependen. Terdapat tiga cara yang digunakan untuk menguji regresi dengan variabel pemoderasi yaitu uji interaksi, uji selisih mutlak, dan uji residual.

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji selisih mutlak. Uji selisih mutlak ini lebih disukai karena ekspektasi sebelumnya berhubungan dengan kombinasi antara X1 dan X2 dan berpengaruh terhadap Y. Persamaan yang digunakan dalam menguji regresi ini adalah:

$$NP = \alpha + \beta_1 ZCSR + \beta_2 ZSIZE + \beta_3 ZEM + \beta_4 [ZCSR_ZEM] + \beta_5 [ZSIZE_ZEM] + \beta_6 ZLEV + \beta_7 ZGRW + e$$

Keterangan :

NP	= Nilai Perusahaan
α	= Konstanta
$\beta_1 - \beta_7$	= Koefisien Regresi
ZCSR	= <i>Standardized Corporate Social Responsibility</i>
ZSIZE	= <i>Standardized</i> Ukuran Perusahaan
ZEM	= <i>Standardized</i> Manajemen Laba
ZCSR_ZEM	= Selisih mutlak <i>Corporate Social Responsibility</i> dengan Manajemen Laba
ZSIZE_ZEM	= Selisih mutlak Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba
ZLEV	= <i>Standardized Leverage</i>
ZGRW	= <i>Standardized</i> Pertumbuhan Pendapatan
e	= <i>Error Term</i>

E. Pengujian Hipotesis

Sub-bab ini menjelaskan mengenai pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan dengan tiga langkah, yang pertama dengan koefisien determinasi, kemudian uji signifikansi simultan atau lebih dikenal dengan uji statistik F, uji signifikansi parameter individual atau uji statistik t, dan uji selisih mutlak.

1. Koefisien Determinasi (R^2)

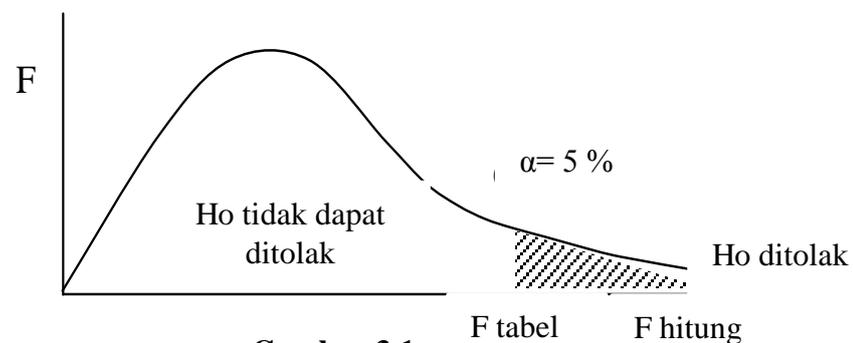
Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena ada variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali, 2018).

2. Uji Statistik F

Menurut Suliyanto (2011), nilai F hitung digunakan untuk menguji ketepatan model atau *goodness of fit*, apakah model persamaan yang terbentuk masuk dalam kriteria cocok (*fit*) atau tidak. Uji F ini juga sering disebut sebagai uji simultan, yaitu untuk menguji apakah variabel bebas

yang digunakan dalam model mampu menjelaskan perubahan nilai variabel terganggu atau tidak. Untuk menyimpulkan apakah model masuk dalam kategori cocok atau *fit* atau tidak, kita harus membandingkan nilai F hitung dengan nilai F tabel dengan df: $\alpha, (k-1), (n-k)$. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen $X_1, X_2,$ dan X_n berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) pada tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian sebagai berikut:

- Jika signifikansi $< 0,05$ maka hal tersebut signifikan, modelnya *fit* dan layak digunakan dalam penelitian.
- Jika signifikansi $> 0,05$ maka hal tersebut tidak signifikan, modelnya tidak *fit* dan tidak layak digunakan dalam penelitian.



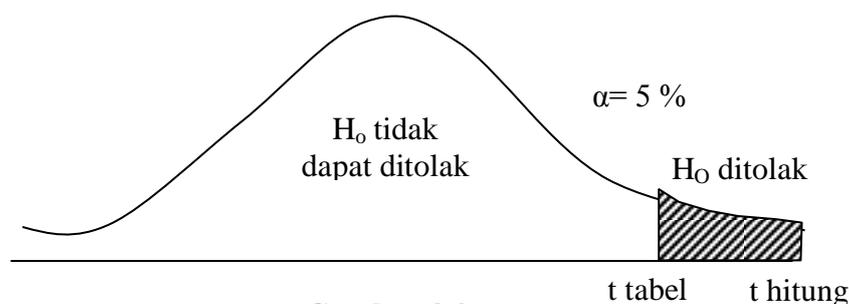
Gambar 3.1
Penerimaan Uji F

3. Uji Statistik t

Uji statistik t bertujuan untuk menentukan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas (independen) secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2018). Tujuan pengujian uji t adalah untuk mengetahui koefisien regresi signifikan atau tidak. Ketentuan menilai hasil hipotesis uji t adalah digunakan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $df = n-1$.

Pengambilan keputusan uji statistik t untuk hipotesis positif dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria:

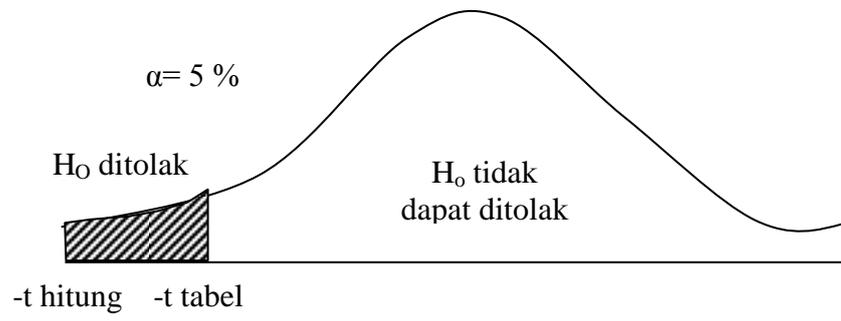
- Jika t hitung $<$ t tabel, atau p value $>$ $\alpha = 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a tidak diterima berarti variabel independen tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika t hitung $>$ t tabel, atau p value $<$ $\alpha = 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima berarti variabel independen mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen.



Gambar 3.2
Uji t Positif

Pengambilan keputusan uji statistik t untuk hipotesis negatif dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria:

- Jika $-t$ hitung $<$ $-t$ tabel atau p value $<$ $\alpha = 0,05$, maka H_0 tidak diterima atau H_a diterima artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.
- Jika $-t$ hitung $>$ $-t$ tabel atau p value $>$ $\alpha = 0,05$, maka H_0 diterima atau H_a tidak diterima artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen.



Gambar 3.3
Uji t Negatif

BAB V

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. Periode pengamatan dalam penelitian ini selama 11 tahun dari tahun 2008 samapai dengan 2018. Populasi dalam peneitian ini merupakan perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dengan penentuan atas dasar kesesuaian karakteristik dan kriteria tertentu. Penelitian ini memperoleh sampel 4 perusahaan sehingga jumlah sampel secara keseluruhan selama 11 tahun sebanyak 44 data observasi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Moderating Analysis Regression* (MRA). Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji koefisien determinasi atau *adjusted R square* menunjukkan angka sebesar 0,840 yang berarti bahwa kemampuan variabel nilai perusahaan (NP) dapat dijelaskan oleh variabel independen (pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, manajemen laba, *leverage*, dan pertumbuhan pendapatan) sebesar 84% Sedangkan sisanya, yakni sebesar 16% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar dari model penelitian.

2. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel independen yaitu pengungkapan CSR, ukuran perusahaan, manajemen laba, *leverage*, dan pertumbuhan pendapatan mampu menjelaskan variasi variabel nilai perusahaan, berarti model penelitian *fit* digunakan untuk uji t statistik yang menguji variabel independen terhadap variabel dependen.
3. Hasil uji t menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Sedangkan manajemen laba tidak terbukti memoderasi secara memperlemah hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan, namun manajemen laba mampu memoderasi secara memperlemah hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
4. Kontribusi peneliti dalam penelitian ini adalah membuktikan bahwa hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Ta *et al.*, (2018) yang membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Penelitian ini juga menambahkan variabel ukuran perusahaan yang membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.
5. Kontribusi peneliti dalam menambahkan variabel manajemen laba yang diproksikan dengan *discretionary accruals* sebagai variabel moderasi menunjukkan bahwa manajemen laba tidak terbukti memoderasi secara memperlemah hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Tandry *et al.*, (2014) yang membuktikan bahwa manajemen laba

mampu memoderasi secara memperlemah hubungan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. Sedangkan pada hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, manajemen laba dapat memoderasi secara memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Widiastari & Yasa (2018) yang membuktikan bahwa manajemen laba mampu memoderasi secara memperlemah hubungan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.

B. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa dalam penelitian ini terdapat beberapa keterbatasan yang dapat mempengaruhi hasil penelitian antara lain:

1. Penelitian ini hanya menggunakan variabel independen *corporate social responsibility* (CSR), ukuran perusahaan, dan manajemen laba saja, sehingga masih terdapat banyak variabel yang mempengaruhi nilai perusahaan.
2. Manajemen laba sebagai variabel *moderating* tidak dapat memoderasi pengaruh pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan.
3. Penelitian ini hanya menggunakan sampel dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), sehingga hasil penelitian ini tidak dapat dijadikan sebagai generalisasi pada sektor perusahaan lain di Bursa Efek Indonesia.

C. Saran

Memperhatikan beberapa keterbatasan penelitian yang telah disampaikan, maka saran yang dapat peneliti sampaikan antara lain:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel lain yang di duga dapat mempengaruhi nilai perusahaan, seperti *Good Corporate Governance* (GCG). GCG dikatakan dapat menciptakan nilai tambah karena dengan menerapkan *Good Corporate Governance*, diharapkan perusahaan akan memiliki kinerja yang baik sehingga dapat menciptakan nilai tambah dan meningkatkan nilai perusahaan yang dapat memberikan keuntungan bagi para pemegang saham atau pemilik perusahaan (Iskandar, 2017).
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan variabel lain sebagai variabel *moderating* yang di duga kuat dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan, misalnya profitabilitas, karena semakin tinggi profitabilitas perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan dan menjadi sinyal positif bagi para investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh *return* tertentu. Apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat (Ramadhani *et al.*, 2017).
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperluas sampel penelitian, tidak hanya perusahaan pertambangan, tetapi perusahaan jenis lain seperti manufaktur, jasa atau perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustia, Y. P., & Suryani, E. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, 10(1), 63–74.
- Astuti, A. Y., Nuraina, E., & Wijaya, A. L. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *The 9th FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi*, 5(1), 501–514.
- Brigham, Eugene, F., & Houston, Joel. F. (2010). *Dasar-dasar Manajemen Keuangan*. Jakarta: Salemba Empat.
- Bukit, R. B., Nasution, F. N., Ginting, P., Sambath, P., & Nurzaimah, M. (2018). *The Influence of Firm Performance, Firm Size and Debt Monitoring on Firm Value: The Moderating Role of Earnings Management*. 46(Ebic 2017), 583–588.
- Belkaoui, A. D. (2007). *Teori Akuntansi Buku Dua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Chen, S., & Chen, L. (2011). *Capital structure determinants : An empirical study in Taiwan*. 5(27), 10974–10983.
- Dechow, P. M. et al. (1995). Detecting Earning Management. *The Accounting Review*, 7(2), 193–225.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Semarang: BPFE Undip.
- Gitman, L. J. (2009). *Principles of Managerial Finance Twelfth Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Hackston, David., & Milne, M. J. (1996). Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Ccountability Journal*, 9(1), 77–108.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 391–430.
- Heally, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of The Earnings Management Literature and Its Implication for Standard Setting. *Accounting Horizon*, 365–383.
- Hosana, E. R. P., & Juniarti. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sektor Property and Real Estate. *Business Accounting Review*, 4, No. 1(2013), 24–36.

<http://junaidichaniago.wordpress.com>

- Iskandar, R. D. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Corporate Governance dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2011 – 2014). *Profita*, 10(3), 409–425.
- Jogiyanto, H. (2014). *Teori Portofolio dan Analisis Investasi* (Edisi ke-1). Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Keown et al. (2005). *Financial Management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Kusna, I., & Setijani, E. (2018). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, Growth Opportunity Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Struktur Modal Dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 93–102.
- Latifah, S. W., & Luhur, M. Bu. (2017). Pengaruh Pengungkapan Sustainability Report Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Pemoderasi. *Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 17(1), 13–18.
- Manurung, A. H. (2007). *Cara Menilai Perusahaan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Murnita, P. E. M., & Putra, I. M. P. D. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1470.
- Nurmasari, I. (2018). Pengaruh Rasio Keuangan dan Pertumbuhan Pendapatan Terhadap Return Saham pada Perusahaan Perkebunan di Bursa Efek Indonesia 2010-2017. *Jurnal Sekuritas*, 2(1).
- Pratama, G. B. A., & Wiksuana, G. B. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Mediasi. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(2), 1338–1367.
- Prior, D., et al. (2005). Are Socially Responsible Managers Really Ethical?. Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility. *Journal Compilation Vol. 16, No. 3*.
- Puspaningrum, Y. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Profita*, (1), 1–14.
- Ramadhani, A. R., Purnamawati, I. G. A., & Sujana, E. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating. *E-Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, 7(1).

- Ross, S. A. (1977). The Determination of Financial Structure: The Incentive Signalling Approach. *Journal of Economics*, (Spring, 8), 23–40.
- 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.
- Santoso, A. (2016). *Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Tingkat Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan Manufaktur Di Indonesia Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Moderating*. 84–95.
- Scott, W. R. (2012). *Financial Accounting Theory* (6th ed.). Toronto: Canada Pearson Education.
- Sekaran, U. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (Edisi Ke-4). Jakarta: Salemba Empat.
- Shah, S. Z., Yuan, H., & Zafar, N. (2010). Earnings Management and Dividend Policy An Empirical comparison between Pakistani Listed Companies and Chinese Listed Companies. *International Research Journal of Finance and Economics*, 35.
- Sial, M. S., Chunmei, Z., Khan, T., & Nguyen, V. K. (2018). Corporate social responsibility, firm performance and the moderating effect of earnings management in Chinese firms. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(2–3), 184–199.
- Subramanyam, K., & Wild, J. J. (2010). *Analisis Laporan Keuangan* (10th ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori dan Aplikasi dengan SPSS* (1st ed.). Yogyakarta: ANDI Yogyakarta.
- Suwarno., Puspito, A., & Qomariah, N. (2016). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Peluang Pertumbuhan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Telekomunikasi Indonesia.
- Ta, H. T. T., Bui, N. T., & Tu Le, O. T. (2018). The Relationship Between Corporate Social Responsibility Disclosures And Corporate Value: Evidence from Listed Companies on Vietnam's Stock Market. *International Finance and Banking*, 5(2), 22.
- Tandry, A. Y., Setiawati, L., & Setiawan, E. (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.
- Tobin, J. (1971). A general equilibrium approach to monetary theory. In J. Tobin (Ed.). *Essays in Economics: Macroeconomics*, 322–338. Chicago.

Utomo, N. A., & Christy, N. N. A. (2017). Pengaruh Stuktur Modal, Profabilitas, Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan LQ45 di Bursa Efek Indonesia. *Bingkai Manajemen*, (20).

Warren, C. S., & Reeve, J. M. (2004). *Financial Accounting for Future Business Leaders*. Ohio: Thomson.

Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi*, 23(2), 957–981.

Wufron. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Serta Implikasinya Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 16(3), 022–033.

www.cnbcindonesia.com

www.idx.co.id

www.tambang.co.id

_____. *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas*. 2007. Jakarta: Sekretariat Negara.