

Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan, dan Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)

Risma Mufarohah^{1*}, Dwiyani Sudaryanti², dan Abdul Wahid Mahsuni³
^{1,2,3} Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Malang

*Email Korespondensi : rismamufarohah@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to provide information to potential investors that is useful as a consideration of aspects that need to be taken into account in investing. This study also aims to find out how Corporate Social Responsibility influences company value, financial performance, and earnings management. In this study, Corporate Social Responsibility is measured using the Corporate Social Responsibility Index (CSRIj), company value is measured using PBV (Price to Book Value), financial performance is measured using ROE (Return On Assets), and earnings management is measured using the working capital accrual formula. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2019-2021 period where the data in this research comes from secondary data obtained through a purposive sampling technique. Based on the calculation data, 210 companies were selected as samples. This research data has fulfilled the classical assumption test requirements. The results of the analysis using simple linear regression analysis show that Corporate Social Responsibility has a negative and significant effect on firm value and financial performance and Corporate Social Responsibility has a positive effect on earnings management.

Keywords : *Corporate social responsibility, company value, financial performance, earnings management.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada era ini perkembangan dunia bisnis memasuki tahapan global yang sangat terbuka menggunakan dinamika perubahan yang cepat dan persaingan yang ketat. Oleh karena itu cara yang digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu dengan mempertahankan keberadaan pada pasar dunia serta mempertanggung jawabkan pada pihak-pihak yang berkepentingan. Tanggung jawab perusahaan terhadap pemangku kepentingan (*stakeholder*) disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Tanggung jawab perusahaan tersebut memberikan kepedulian terhadap pihak kepentingan lain selain pihak kepentingan perusahaan itu sendiri, yang merujuk pada hubungan yang terjadi antara perusahaan dengan semua *stakeholder* yang terdiri pemilik, pegawai, pelanggan, investor, masyarakat, pemerintah dan para pesaing.

Pada saat ini banyak perusahaan yang berkembang, disaat itu pula kesenjangan serta kerusakan lingkungan terjadi, sehingga muncul kesadaran perusahaan untuk mengurangi akibat negatif tersebut. Banyak perusahaan swasta yang telah menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan pada pihak-pihak berkepentingan. Pentingnya perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) untuk meningkatkan citra perusahaan, memenuhi ekspektasi masyarakat, mengembangkan kerja sama dengan perusahaan lain, dan menarik para investor. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah kegiatan perusahaan dalam bentuk mengkomunikasikan dampak sosial serta dampak lingkungan dari kegiatan perusahaan itu sendiri terhadap masyarakat sekitar dan masyarakat luas hingga pemangku kepentingan, hal tersebut digunakan untuk memperluas tanggung jawab perusahaan dibanding hanya mencari laba bagi investor.

Corporate Social Responsibility merupakan salah satu bentuk *sustainability reporting* yang memberikan keterangan tentang berbagai aspek-aspek perusahaan mulai dari aspek sosial, lingkungan dan keuangan sekaligus yang tidak dapat dijelaskan secara tersirat oleh suatu laporan keuangan perusahaan saja. Lebih jauh, dalam *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan, perusahaan dalam menjelaskan tentang aspek Ekonomi, Lingkungan, Tenaga Kerja, Hak Asasi Manusia, Sosial, dan Tanggung Jawab Produk (Ajilaksana, 2011).

Seluruh perusahaan menerapkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) bukan lagi bersifat sukarela, melainkan hal yang harus, karena sudah tertuang dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) pasal 74 yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan usaha di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam harus melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan yang baik tidak hanya dituntut menghasilkan untung yang besar (profit), melainkan juga memiliki kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat (*people*), dan kelestarian lingkungan (*planet*), dikarenakan dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya, perusahaan akan berinteraksi secara langsung maupun tidak langsung dengan lingkungannya. Hal tersebut sesuai dengan konsep *triple bottom line* Elkington (1998) dimana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup 3 dimensi utama yaitu mencari keuntungan (profit) bagi perusahaan, memberdayakan masyarakat (*people*), dan memelihara kelestarian alam/bumi (*planet*).

Pada penelitian terdahulu terdapat hasil yang berbeda-beda yaitu Rimba Kusumadilaga (2010) menemukan bahwa variabel CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan, sedangkan hasil analisis penelitian Putri (2014) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dan hasil analisis penelitian oleh Retno dan Priantinah (2012) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol *size*, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage* pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2007-2010. Sedangkan hasil analisis penelitian Yusi dan Hasan (2015) menunjukkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh pada variabel kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) dan hasil penelitian Yaparto, dkk., (2013) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh signifikan pada ROA, hasil yang sama oleh penelitian Cahyono (2011) menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh positif pada variabel kinerja keuangan perusahaan yang diukur dengan ROE, hal ini disebabkan oleh kondisi ekonomi Indonesia dan dunia yang sedang tidak stabil.

Penelitian ini dilakukan dengan mencari data yang berada di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan memfokuskan pada perusahaan manufaktur. Alasan memilih perusahaan manufaktur, karena menurut Damayanti (2011) perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang mengolah bahan baku menjadi barang siap jual yang meliputi berbagai sumber bahan baku, proses produksi dan teknologi. Dalam mempertahankan eksistensinya, perusahaan tidak dapat dipisahkan dari masyarakat sebagai lingkungan eksternal. Kemudian Cooke (1992) memberikan dukungan bahwa perusahaan manufaktur mengungkapkan informasi secara signifikan lebih tinggi dari industri lainnya. Karena perusahaan manufaktur lebih memiliki pengaruh terhadap lingkungan sekitar sebagai akibat dari aktivitas perusahaan, sehingga dapat memenuhi semua aspek pada tema *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan, dan Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019-2021)”.

Rumusan Masalah

Apakah *Corporate Social Responsibility* mempengaruhi nilai perusahaan, kinerja keuangan, dan manajemen laba?

Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap nilai perusahaan, kinerja keuangan, dan manajemen laba.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Rimba (2008) dalam judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. Peneliti menggunakan metode analisis regresi dengan menggunakan analisis *Moderated Regression Analysis* (MRA), dengan sampel 63 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2006 dan 2008. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Gusti Ayu et al. (2013) dalam Judul “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas sebagai Variabel Pemoderasi”. Peneliti menggunakan teknik regresi linier berganda dan teknik *Moderated Regression Analysis* dalam mengolah data penelitian. Sampel yang digunakan oleh peneliti sebanyak 55 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2008-2012. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan dan profitabilitas mampu memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan.

Sri Fitri Wahyuni (2018) dalam judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating”. Peneliti menggunakan teknik sampling, dari 38 populasi perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2011-2015 diperoleh 8 perusahaan yang memenuhi kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* secara parsial tidak berpengaruh terhadap *Price to Book Value* (PBV) nilai perusahaan.

Cahyono (2011) dalam judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kepemilikan Asing Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia)”. Peneliti menggunakan Return on Equity (ROE) untuk mendapatkan hasil analisis penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hal ini disebabkan timbulnya fluktuasi nilai tukar mata uang asing, tidak stabilnya harga minyak, kenaikan suku bunga, dan kenaikan risiko kredit yang dapat mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

I Gede Aditya dan I Ketut (2016) dalam judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* pada Kinerja Perusahaan Manufaktur”. Peneliti menggunakan sampel 55 perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode 2011-2013, dengan menggunakan teknik pengumpulan data observasi dan studi Pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan. Dapat dilihat di laporan keuangan yang menerangkan kesehatan suatu perusahaan dan dapat memberitahu posisi suatu perusahaan apakah mengalami laba atau rugi jika diteliti untuk kedepannya.

Ni Luh dan I Putu (2018) dalam judul “Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Pada Manajemen Laba”, dengan *good corporate governance* sebagai variabel moderasi pada perusahaan high profile yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2014-2016 sebanyak 33 sampel perusahaan dengan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif pada manajemen laba, hal tersebut

memiliki arti bahwa semakin tinggi intensitas Corporate Social Responsibility, maka akan dapat menurunkan manajemen laba.

Tinjauan Teori

1. Stakeholder Theory

Menurut Freeman, et al (2002) dalam Waryanti (2009) konsep tanggung jawab sosial perusahaan telah terkenal sejak awal 1970-an, umumnya dikenal sebagai *stakeholder theory* artinya sebagai kumpulan kebijakan dan praktik yang terkait dengan stakeholder, nilai-nilai, pemenuhan peraturan hukum, penghargaan terhadap masyarakat dan lingkungan, serta komitmen dunia usaha untuk berkontribusi dalam pembangunan berkelanjutan. *Stakeholder theory* dimulai dengan asumsi bahwa nilai (value) secara eksplisit dan tidak dapat dipungkiri merupakan bagian dari kegiatan usaha.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) teori stakeholder mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* pada perusahaan tersebut.

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) pada prinsipnya *stakeholder* dapat menentukan atau memiliki kemampuan untuk mempengaruhi penggunaan sumber-sumber ekonomi perusahaan. Oleh karena itu, power *stakeholder* ditentukan oleh besar kecilnya power yang dimiliki *stakeholder* atas dasar sumber tersebut. (Deegan, 2000 dalam Ghazali dan Chariri, 2007) Power tersebut diwujudkan dalam kemampuan untuk membatasi penggunaan sumber ekonomi yang terbatas yaitu modal dan tenaga kerja, akses terhadap media yang berpengaruh, kemampuan untuk mengatur perusahaan, atau kemampuan untuk mempengaruhi konsumsi barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

2. Legitimasi Theory

Menurut Deegan et al (2002) *legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi terus menerus mencoba untuk memastikan bahwa mereka melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat, serta kelangsungan hidup perusahaan terancam jika masyarakat merasa bahwa organisasi telah melanggar kontrak sosialnya. Apabila masyarakat merasa tidak puas dengan kegiatan organisasinya, masyarakat dapat mencabut kontrak sosial yang dibuat terkait dengan kegiatan organisasi.

Menurut Gray et al (1995) teori legitimasi merupakan suatu kondisi atau status yang diterima ketika sistem nilai perusahaan selaras dengan sistem nilai sosial yang lebih besar dan perusahaan menjadi bagian dari sistem sosial tersebut. Dengan kata lain, teori legitimasi merupakan teori yang menjelaskan hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Semakin banyak informasi tentang *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan perusahaan, maka semakin tinggi tingkat legitimasi perusahaan dimata masyarakat. Hal ini karena adanya *Corporate Social Responsibility* suatu perusahaan yang menandakan bahwa perusahaan tersebut telah memiliki tanggung jawab sosialnya.

3. Agency Theory (Teori Keagenan)

Menurut Jensen dan Meckling (1976), teori keagenan adalah teori yang dibuat berdasarkan satu atau lebih kontrak dimana agen memberikan layanan tertentu kepada mereka dengan mendelegasikan kekuasaan pengambilan keputusan kepada agen. Berdasarkan teori ini, hubungan antara pemilik dan manajer pada dasarnya sulit tercipta, karena adanya kepentingan yang bertentangan.

Konflik keagenan muncul karena kemungkinan agen tidak bertindak sesuai kepentingan principal. Berdasarkan teori yang dikembangkan Michael Janshon, bahwa manajemen perusahaan sebagai agen bagi para pemegang saham bertindak sepenuhnya

dengan sadar untuk kepentingannya sendiri, tanpa bersikap adil dan bijaksana terhadap pemegang saham. Untuk mengurangi biaya keagenan, maka diterapkan *Corporate Social Responsibility* dengan menggunakan mekanisme pengawasan yang dapat menyelaraskan berbagai kepentingan perusahaan.

4. *Signaling Theory*

Menurut Hartono (2014) bahwa perusahaan yang berkualitas baik, maka perusahaan tersebut akan dengan sengaja memberikan sinyal pada pasar dimana perusahaan mengetahui mana perusahaan yang baik dan perusahaan yang buruk.

Menurut Work et al (2013) bahwa di dalam kerangka *Signaling Theory* ada dorongan perusahaan untuk memberikan informasi bersumber dari adanya asimetri informasi antara manajer perusahaan dengan pihak luar, karena manajer perusahaan lebih mengetahui perusahaan dan prospek masa depannya dibandingkan pihak luar.

Signaling Theory menekankan bagaimana perusahaan menarik perhatian investor untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Informasi yang terlibat memiliki dampak besar pada apa yang terjadi selanjutnya di perusahaan.

5. *Corporate Social Responsibility*

Menurut Schermerhorn (dalam Suharto, 200) *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu kepedulian organisasi bisnis untuk melakukan kegiatan dengan cara-cara mereka dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan umum eksternal. *Corporate Social Responsibility* merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap karyawan, masyarakat, dan lingkungan disekitar kegiatan perusahaan.

Menurut Milne (1996) bahwa *Corporate Social Responsibility* merupakan proses menginformasikan kelompok kepentingan tertentu dan masyarakat secara keseluruhan tentang dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi.

Menurut Riswari dan Cahyonowati (2012) bahwa konsep *Corporate Social Responsibility* adalah salah satu tonggak terpenting dalam manajemen bisnis. Sedangkan menurut Boone dan Kurtz (2007) dalam Harmoni dan Andriyani (2008), *Corporate Social Responsibility* adalah dukungan manajemen terhadap kewajiban untuk mempertimbangkan laba, kepuasan pelanggan serta kesejahteraan masyarakat dalam menilai kinerja perusahaan.

6. *Nilai Perusahaan*

Menurut Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008), bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan menurut Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008), bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli jika perusahaan tersebut dijual.

Menurut Brigham dan Houston (2006) bahwa nilai perusahaan sangat penting, sebab dengan nilai perusahaan yang tinggi akan diikuti oleh tingginya kemakmuran pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, maka nilai perusahaan semakin tinggi pula. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan keinginan para pemilik perusahaan, sebab dengan tingginya nilai perusahaan menunjukkan tingginya kemakmuran para pemegang saham. Kekayaan perusahaan dan pemegang saham dapat dilihat dari harga pasar saham, yang mencerminkan keputusan investasi, keuangan, dan manajemen aset.

Menurut Herwidayatmo dalam Kurniawan (2008), bahwa nilai perusahaan dapat dilihat melalui nilai pasar atau buku perusahaan dari ekuitasnya. Ia menambahkan dalam neraca keuangan, ekuitas menggambarkan total modal perusahaan. Selain itu, nilai pasar dapat menjadi ukuran nilai perusahaan. Penilaian perusahaan tidak hanya mengacu pada nilai nominal. Menurutnya, kondisi perusahaan telah mengalami banyak perubahan signifikan setiap saat. Sebelum krisis, nilai dan nominal perusahaan cukup

tinggi. Namun setelah krisis, keadaan perusahaan semakin merosot, sedangkan nilai nominalnya tetap.

7. Kinerja Keuangan

Menurut Price dan Mueller (1986), Venkatraman dan Ramanujam (1986) bahwa kinerja keuangan merupakan faktor penting dalam menilai keseluruhan kinerja perusahaan itu sendiri. Diantaranya yaitu penilaian aset, utang, likuiditas, dan sebagainya. Banyak indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis kinerja keuangan suatu perusahaan, antara lain arus kas per transaksi, profitabilitas, likuiditas, struktur keuangan dan investasi atau rasio pemegang saham.

Menurut Purwanto (2011) kinerja keuangan adalah penilaian terhadap tingkat produktivitas dan efisiensi berdasarkan laporan keuangan dan laporan manajemen yang menggambarkan pencapaian perusahaan. Dengan profitabilitas, diketahui bahwa kinerja keuangan perusahaan mengarah pada keuntungan *financial*. Profitabilitas suatu perusahaan dapat diukur dengan rasio ROA (*Return On Asset*). Rasio ROA dapat mengukur kemampuan perusahaan untuk mendapatkan keuntungan berdasarkan tingkat aktiva tertentu, atau upaya perusahaan untuk mendapatkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan.

Menurut Fahmi (2012: 2), kinerja keuangan adalah analisis untuk mengetahui sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan menggunakan aturan-aturan pelaksanaan keuangan dengan baik dan benar. Seperti pembuatan suatu laporan keuangan yang telah memenuhi standar dan ketentuan dalam SAK (Standar Akuntansi Keuangan) atau GAAP (*General Accepted Accounting*), dan lain sebagainya.

8. Manajemen Laba

Menurut Fisher dan Rosenzweig (1995), manajemen laba merupakan kegiatan manajemen yang meningkatkan atau menurunkan laba selama periode waktu tertentu tanpa menyebabkan laba keuangan perusahaan berkurang dan meningkatkan dalam jangka panjang.

Menurut Rahmawati (2012), manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi seorang manajer dalam rangka mencapai suatu tujuan tertentu. Sedangkan menurut Kusumawardhani (2012), bahwa manajemen laba tidak merugikan selama dilakukan dalam koridor peluang. Manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai proses manipulasi laporan keuangan, karena ada beberapa cara yang dapat digunakan dan tidak dilarang.

Secara umum, manajemen laba didefinisikan sebagai upaya seorang manajer untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan mengenali *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan pada laporan tahunan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021 dengan waktu penelitian dimulai pada bulan November 2022 sampai Maret 2023.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2019-2021 dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*.

Definisi Operasional Variabel

1. Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility merupakan variabel independen dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, informasi mengenai Corporate Social

Responsibility berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative). GRI terdiri dari tiga fokus pengungkapan. Kategori tersebut terdiri dari kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial yang terbagi menjadi praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk.

Menurut Kholis (2014), pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan adalah dengan pendekatan setiap item Corporate Social Responsibility dalam laporan tahunan perusahaan diberi skor 1 jika diungkapkan dan diberi skor 0 jika tidak diungkapkan.

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : Corporate Social Responsibility Index per kategori perusahaan j

N_j : jumlah item untuk perusahaan j (n=91, menurut GRI)

X_{ij} : 1 = jika item i diungkapkan, 0 = jika item i tidak diungkapkan

2. Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat menarik investor, karena nilai perusahaan dapat menentukan tingkat keberhasilan perusahaan. Ada beberapa cara untuk mengukur nilai perusahaan, yaitu PBV, PER, Tobin's, dan MBV. Dari keempat rasio tersebut, rasio PBV yang dianggap sebagai rasio yang memberikan informasi dengan baik, karena rasio PBV dalam nilai buku sederhana mempunyai ukuran yang stabil dan dapat dibandingkan dengan harga saham. PBV secara tidak langsung mempengaruhi harga saham dan pertanda murah atau mahal nya saham ditunjukkan oleh PBV yang dapat dibandingkan dengan perusahaan sejenis. Berikut rumus rasio PBV menurut Mudjijah, Khalid, dan Astuti (2019) yaitu:

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

3. Kinerja Keuangan (ROE)

Tjandrakirana and Monika (2017) menyatakan bahwa rasio *Return On Equity* (ROE) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menggunakan ekuitasnya dalam memperoleh laba bagi pemegang saham. Menurut Kasmir (2015) semakin tinggi rasio ROE, maka semakin baik, artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat dan sebaliknya. Rumus untuk menghitung ROE sebagai berikut:

$$ROE = \frac{\text{laba bersih setelah pajak}}{\text{ekuitas pemilik saham}} \times 100\%$$

4. Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sasaran komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan. Menurut Zul Hendri dan Desi Nurhazana (2019), manajemen laba diproksi berdasarkan rasio akrual modal kerja dengan penjualan, yaitu rumus yang digunakan sebagai berikut:

$$\text{Manajemen Laba} = \frac{\text{akrual modal kerja } t}{\text{penjualan periode } t}$$

$$\text{Akrual Modal Kerja} = \Delta AL - \Delta HL - \Delta Kas$$

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif bertujuan untuk memberikan informasi mengenai variabel-variabel penelitian *Corporate Social Responsibility* (CSR), Nilai Perusahaan, Kinerja Keuangan (ROE), dan Manajemen Laba.

Tabel 1 Hasil Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	210	.10	.35	.2291	.04326
Nilai Perusahaan	210	.14	5.64	2.1242	1.18871
Kinerja Keuangan (ROE)	210	-18.32%	66.90%	14.2956%	10.32224%
Manajemen Laba	210	-.16	.65	.1968	.17664
Valid N (listwise)	210				

Sumber: Data SPSS Versi 22

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		210
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.17448065
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.055
	Negative	-.033
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Data SPSS Versi 22

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat disimpulkan hasil dari uji normalitas memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga masing-masing variabel dinyatakan berdistribusi normal.

Uji Autokorelasi

Tabel 3 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.407 ^a	.166	.162	9.45019%	1.330

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai Durbin-Watson sebesar 0,962. nilai tersebut kemudian dibandingkan dengan nilai dU dan 4-dU. Nilai dU diambil dari tabel Durbin-Watson dengan n=210 dan k= 4, sehingga diperoleh dU sebesar 1,80305.

Tabel 4 Hasil Implementasi Uji Durbin-Watson

dL	4-dL	dU	4-dU	DW	Keputusan
1,76445	2,23555	1,78358	2,21642	1,330	Ditolak

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.034	.004		7.830	.000
	NilaiPerusahaan	-.002	.002	-.080	-1.135	.258
	KinerjaKeuangan	.000	.000	-.103	-1.456	.147
	ManajemenLaba	.011	.010	.075	1.090	.277

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa hasil variabel nilai perusahaan nilai signifikan 0,258, kinerja keuangan memiliki nilai signifikan 0,147 dan manajemen laba memiliki nilai signifikan 0,277. Dari hasil nilai signifikan ketiga variabel tersebut menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dan dapat dikatakan homogen.

Analisis Regresi Sederhana

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Nilai Perusahaan)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	3.312	.436		7.592	.000
	CSR	-5.183	1.871	-.189	-2.770	.006

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien regresi bernilai negatif, maka dapat dikatakan bahwa variabel CSR (X) berpengaruh negatif terhadap variabel nilai perusahaan (Y1). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y1 = 3,312 - 5,183X$

Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Kinerja Keuangan)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	36.556	3.523		10.378	.000
	CSR	-97.167	15.110	-.407	-6.431	.000

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (ROE)

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien regresi bernilai negatif maka dapat dikatakan bahwa variabel CSR (X) berpengaruh negatif terhadap variabel kinerja keuangan (Y2). Sehingga persamaan regresinya adalah $Y2 = 36,556 - 97,167X$

Tabel 8 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana (Manajemen Laba)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	Constant	.051	.065		.784	.434
	CSR	.636	.280	.156	2.275	.024

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel diatas, nilai koefisien regresi bernilai positif maka dapat dikatakan bahwa variabel CSR (X) berpengaruh positif terhadap variabel manajemen laba (Y3). Koefisien Sehingga persamaan regresinya adalah $Y3 = 0,051 + 0,636X$

Uji Hipotesis

Uji F(Simultan)

Tabel 9 Hasil Uji F (Nilai Perusahaan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.508	1	10.508	7.674	.006 ^b
	Residual	284.814	208	1.369		
	Total	295.322	209			

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

b. Predictors: (Constant), CSR

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 9 diatas dapat dilihat bahwa diperoleh F hitung sebesar 7,674 dengan nilai signifikan sebesar 0.006. Nilai sig. tersebut lebih kecil dari nilai 0,005, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima.

Tabel 10 Hasil Uji F (Kinerja Keuangan)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3693.012	1	3693.012	41.352	.000 ^b
	Residual	18575.658	208	89.306		
	Total	22268.670	209			
a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan (ROE)						
b. Predictors: (Constant), CSR						

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa diperoleh F hitung sebesar 41,352 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai sig. tersebut lebih kecil dari nilai 0.005, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima.

Tabel 11 Hasil Uji F (Manajemen Laba)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.158	1	.158	5.175	.024 ^b
	Residual	6.363	208	.031		
	Total	6.521	209			
a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan						
b. Predictors: (Constant), CSR						

Sumber: Data SPSS versi 22

Berdasarkan tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa diperoleh F hitung sebesar 5,175 dengan nilai signifikansi sebesar 0,024. Nilai sig. tersebut lebih kecil dari nilai 0.005, maka dapat disimpulkan hipotesis diterima.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa besar kecilnya praktik CSR mempengaruhi tingkat nilai perusahaan. Semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, maka nilai perusahaan yang diukur dengan PBV akan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan PBV dimaksudkan untuk menilai kekayaan perusahaan, jika biaya yang dikeluarkan untuk membayar pertanggungjawabannya tinggi maka lambat laun kekayaan perusahaan tersebut akan berkurang. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Rimba (2008) yang menyatakan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan (ROE)

Berdasarkan output SPSS dari hasil penelitian pada tabel 7 menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE), karena nilai sig. sebesar 0.000, yang mana nilai sig. tersebut lebih kecil dari alfa 5% (0.05), maka H₂ diterima. Hal ini berarti semakin tinggi aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan perusahaan maka semakin turun *Return on Equity* (ROE) yang diterima perusahaan.

Semakin banyak aktivitas *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang dilaporkan akan semakin baik di mata investor dan calon investor, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab baik terhadap peraturan yang berlaku, masyarakat sekitar maupun lingkungan. Namun, semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, maka kinerja keuangan yang diukur dengan ROE akan mengalami penurunan. Hal ini dikarenakan ROE dimaksudkan sebagai tolak ukur perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas dengan bermodalkan ekuitas, jika biaya yang dikeluarkan untuk

membayar pertanggungjawaban sosial perusahaan terhadap para *stakeholder* tinggi, maka ekuitas perusahaan juga semakin berkurang yang berakibat profitabilitas perusahaan juga menurun. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian I Gede Aditya dan I Ketut (2016), tetapi bertentangan dengan penelitian Cahyono (2011).

3. Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan output SPSS dari hasil penelitian pada tabel 8 menunjukkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, karena nilai sig. sebesar 0.024 dimana nilai sig. tersebut lebih kecil dari alfa 5% (0.05), yang artinya H_3 diterima.

Semakin banyak aktivitas *Corporate Social Responsibility* perusahaan yang dilaporkan akan semakin baik di mata investor dan calon investor, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat menunjukkan bahwa perusahaan bertanggung jawab baik terhadap peraturan yang berlaku, masyarakat sekitar maupun lingkungan. Semakin tinggi tingkat CSR maka semakin tinggi pula manajemen laba perusahaan. Dengan meningkatkan pengungkapan CSR, manajer perusahaan dapat memaksimalkan kualitas manajemen laba dengan memilih kebijakan prosedur akuntansi agar mencapai target laba yang diinginkan. Penelitian ini bertentangan dengan penelitian Ni Luh dan I Putu (2018).

SIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan, maka peneliti menyimpulkan bahwa variabel *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan (ROE). *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility*, maka nilai perusahaan yang diukur dengan PBV dan kinerja keuangan yang diukur dengan ROE akan mengalami penurunan. Semakin tinggi perusahaan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* maka semakin tinggi pula manajemen laba perusahaan.

Keterbatasan

Keterbatasan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya menggunakan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel bebas dalam pengujian.
2. Periode perusahaan yang digunakan sebagai sampel hanya tiga periode yaitu 2019, 2020, dan 2021.
3. Pengukuran *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) dinilai secara subjektif, karena setiap pembaca dapat menilai pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang terdapat dalam laporan tahunan perusahaan dari sudut pandang yang berbeda.

Saran

Berdasarkan keterbatasan yang telah dijelaskan diatas maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya diharapkan menambahkan variabel bebas lainnya seperti *Good Corporate Governance* (GCG) dalam menilai adanya pengaruh terhadap kinerja keuangan perusahaan, sehingga variabel bebas tidak hanya satu.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan periode penelitian yang lebih lama.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melibatkan pihak lain dalam mengukur *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI), sehingga pengukuran tersebut tidak bersifat subjektif.

DAFTAR PUSTAKA

- Brigham, E.F. and L.C. Gapenski. (2006). *Intermediate Financial Management*. 7th edition. SeaHarbor Drive: The Dryden Press.
- Fahmi, Irham. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Fischer dan Rosenzweig, (1995), Perbedaan laba yang dapat diidentifikasi sebagai suatu keuntungan.
- Ghozali dan Chariri, (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(1), 77 - 108.
- Harmoni, Ati dan Ade Andriyani. (2008). "Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada Official Website Perusahaan Studi pada PT. Unilever Indonesia Tbk". Proceeding disajikan dalam Seminar Ilmiah Nasional Komputer dan Sistem Intelijen (KOMMIT 2008), Auditorium Universitas Gunadarma Depok, 20-21 Agustus.
- Jensen, M dan Meckling, W. (1976). *Theory Of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost And Ownership Structure*. <https://bungrandhy.wordpress.com/2013/01/12/teori-keagenan-agencytheory/>. Diakses pada tanggal 18 Desember 2022.
- Kurniawan, Reno. (2008). *Analisis Good Corporate Governance, Kualitas Laba, dan Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEJ*. Skripsi. S1 Akuntansi UNDIP.
- Nurlela, R. dan Islahuddin. (2008). *Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating*. Kumpulan Makalah SNA X1.
- Price dan Mueller, (1986); Venkatraman dan Ramanujam, 1986. *Journal of Management and Sustainability*. Vol. 6, No. 2; 2016 Hal: 4.
- Rahmawati. (2012). *Teori Akuntansi Keuangan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Riswari, Dyah Ardana dan Nur Cahyonowati. (2012). "Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderating (Studi pada Perusahaan Publik Non Finansial yang Tercatat di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)". *Jurnal Akuntansi*, Vol. 1 No. 1. Hal. 1-12. Semarang: UNDIP.
- Rob Gray, Reza Kouhy, Simon Lavers, (1995) "Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 8 Iss: 2.
- Suharto, Edi. (2006). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial (edisi ke-2)*. Bandung: Refika Aditama.
- Sutrisno, Edy. (2009). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama, Penerbit Kencana, Jakarta.
- Waryanti. (2009). *Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia*. Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomi: UNDIP.