

SKRIPSI

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP
NILAI PERUSAHAAN DENGAN KUALITAS LABA SEBAGAI
VARIABEL INTERVENING**

**(Studi pada Perusahaan Properti dan Lahan Yasan Yang Terdaftar di Bursa
Efek Indonesia)**

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY ON FIRM
VALUE WITH EARNING QUALITY AS INTERVENING VARIABLES***

***(A Study of Property and Real Estate Companies Listed in Bursa Efek
Indonesia)***

Diajukan oleh:

TIO HABIBIE UTOMO

20150420135



Telah disetujui Dosen Pembimbing

Pembimbing

Dr. Etik Kresnawati, M.Si.
NIK: 19770215201701143111

Tanggal, 28 September 2019

**PENGARUH TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN TERHADAP NILAI
PERUSAHAAN DENGAN KUALITAS LABA SEBAGAI VARIABEL
INTERVENING
(Studi pada Perusahaan Properti dan Lahan Yasan Yang Terdaftar di Bursa Efek
Indonesia)**

**Tio Habibie Utomo
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta**

**Dosen Pembimbing
Dr. Etik Kresnawati, S.E., M.Si**

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of social responsibility (CSR) on firm value. Tests are conducted with mediation models by the quality of earnings in property and real estate companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017. In this study the sample amounted to 38 companies by selecting samples using the purposive sampling method. The results show that CSR has no effect on company value, earnings quality cannot mediate corporate social responsibility and firm value but earnings quality has an influence on firm value.

Keyword: *Firm Value, Corporate Social Responsibility, Earning Quality*

I. PENDAHULUAN

Nilai perusahaan adalah persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering dikaitkan dengan harga saham. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi, dan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan saat ini namun juga pada prospek perusahaan di masa mendatang.

Memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting artinya bagi suatu perusahaan, karena dengan memaksimalkan nilai perusahaan berarti juga memaksimalkan tujuan utama perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan adalah sebuah prestasi yang sesuai dengan keinginan para pemiliknya, karena dengan meningkatnya nilai perusahaan, maka kesejahteraan para pemilik juga akan meningkat.

Menurut Noerirawan (2012), nilai Perusahaan merupakan kondisi yang telah dicapai 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.

Perbedaan kepentingan antara pihak manajemen (pihak yang mengelola perusahaan) dan investor (Prinsipal) dapat menyebabkan terjadinya konflik keagenan yang dapat disebut juga dengan *agency conflict* (Halimatus, 2015). Agen maupun prinsipal yang saling berusaha untuk meningkatkan keuntungan mereka masing-masing berdasarkan informasi yang mereka miliki menyebabkan adanya suatu alasan bahwa agen sebagai pihak pengelola perusahaan cenderung mementingkan tujuannya sendiri yang dapat memberikan keuntungan baginya dibandingkan dengan bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal. Hal ini dapat mengakibatkan kualitas laba yang akan dimiliki perusahaan tersebut menjadi rendah.

Bellovary et al. (2005) menyatakan bahwa kualitas laba adalah kemampuan laba dalam menentukan kebenaran laba perusahaan dan memprediksi laba yang akan datang dengan mempertimbangkan stabilitas perusahaan dan persistensi laba. Pentingnya informasi laba juga dicantumkan dalam *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No. 8 yang berisi bahwa laba selain digunakan untuk menilai kinerja manajemen, laba juga bisa membantu mengestimasi kemampuan laba yang mewakili perusahaan tersebut, serta untuk menaksir risiko dalam suatu investasi atau kredit FASB (1985) dalam Mulyani et al. (2007).

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan salah satu informasi yang penting dan harus tercantum di dalam laporan tahunan tiap perusahaan seperti apa yang sudah diatur dalam UU RI No.40 tahun 2007 tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan yang mewajibkan perseroan yang dalam kegiatan usahanya yang

berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan adanya dasar hukum yang kuat maka akan membuat perusahaan melakukan pengungkapan CSR dalam tiap tahunnya, yang dimana dalam laporannya hanya sukarela (*voluntry disclosure*) yang merupakan pengungkapan yang tidak diwajibkan peraturan akan menjadi pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*).

Anwar et al. (2010) mengatakan bahwa “pengungkapan CSR dalam laporan tahunan (*annual report*) memperkuat citra perusahaan dan menjadi sebagai pertimbangan yang diperhatikan investor”. Oleh karena itu, CSR sangat berperan penting dalam meningkatkan nilai perusahaan sebagai hasil dari penerapan CSR seperti melakukan aktivitas sosial di lingkungan sekitarnya yang akan berimbas pada peningkatan pada penjualan perusahaan.

Sedangkan manajemen laba didefinisikan sebagai campur tangan dalam proses penyusunan pelaporan keuangan eksternal, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi. (Schipper dalam; Sri Sulistyanto, 2008). Manajemen laba dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan apabila digunakan untuk pengambilan keputusan, karena *earning management* merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sasaran komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan. (Surifah, 1999; dalam Lestari dan Pamudji, 2013).

Penggunaan kualitas laba sebagai variabel intervening dipenelitian ini adalah untuk meningkatkan hubungan baik perusahaan dengan stakeholder, hal ini juga akan meningkatkan nilai perusahaan tersebut. Jika *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan tersebut sudah baik maka akan menurunkan adanya permainan manajemen laba yang menjadi pengukur dari kualitas laba. Penggunaan pengukuran manajemen laba dalam penelitian ini sebagai pengukur kualitas laba dikarenakan semakin

rendahnya praktik manajemen laba akan meningkatkan kualitas laba yang diungkapkan perusahaan tersebut (Fitri dan Ichwan, 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang akan di mediasi oleh kualitas laba. Penggunaan kualitas laba sebagai mediasi dalam penelitian ini karena pada penelitian terdahulu belum mendapatkan hasil yang signifikan antara CSR dan nilai perusahaan. Berdasarkan penelitian terdahulu, kualitas laba memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan yang pada penelitian kali ini diharapkan dapat meningkatkan nilai CSR terhadap nilai perusahaan.

Berdasarkan asumsi dalam latar belakang yang diuraikan di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
2. Apakah CSR berpengaruh positif terhadap kualitas laba ?
3. Apakah kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan ?
4. Apakah CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kualitas laba ?

II. METODE PENELITIAN

Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan

CSR adalah sebuah program perusahaan untuk membuat citra yang baik di mata investor dan masyarakat sekitarnya. CSR dalam perusahaan properti dan *real estate* merupakan sesuatu yang sangat penting karena perusahaan ini bergantung dari pendapat masyarakat disekitarnya. Dengan melakukan CSR dengan baik, maka perusahaan akan memiliki citra yang baik dimata investor dan hal ini akan menyebabkan nilai perusahaan ikut meningkat karena harga saham perusahaan

tersebut ikut naik oleh banyaknya saham yang terjual. Oleh sebab itu hipotesis pada penelitian ini adalah :

H1: *CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.*

2. Pengaruh CSR Terhadap Kualitas Laba

CSR adalah sebuah program perusahaan untuk membuat citra yang baik di mata investor dan masyarakat sekitarnya. CSR dalam perusahaan properti dan *real estate* merupakan sesuatu yang sangat penting karena perusahaan ini bergantung dari pendapat masyarakat disekitarnya. Dengan melakukan CSR, maka manajemen laba yang dilakukan oleh suatu perusahaan dapat ditekan dan hal ini akan membuat kualitas laba perusahaan itu dapat dipercaya. Oleh karena itu hipotesis kedua adalah :

H2 : *CSR berpengaruh positif terhadap kualitas laba*

3. Pengaruh Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Seperti hasil penelian sebelumnya, penelitian dari Resi, Emrinaldi, Novita (2017) dan Nur, Septyana (2016) mendapatkan hasil kualitas laba memberikan pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan karena nilai perusahaan akan meningkat jika investor memberikan dananya ke perusahaan yang disebabkan oleh semakin banyak investasi yang didapatkan oleh perusahaan maka akan membuat harga saham perusahaan tersebut ikut meningkat. Berdasarkan pembahasan ini maka hipotesis pada penelitian ini adalah :

H3: *Kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*

4. Pengaruh CSR Terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba

Penelitian ini fokus pada efek implikasi etis CSR pada pelaporan keuangan serta CSR berpotensi menjelaskan hubungan negatif antara CSR dan manajemen laba, khususnya, masalah reputasi. Penelitian sebelumnya dari Fombrun dan Shanley (1990) memandang kegiatan CSR sebagai bentuk pembangunan atau pemeliharaan reputasi. Jika suatu perusahaan menghargai reputasinya, maka manajer dapat menggunakan CSR untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan membatasi manajemen laba untuk mengurangi potensi kerusakan pada reputasinya, yang konsisten dengan hubungan negatif antara CSR dan manajemen laba.

Manajemen laba yang telah dibatasi oleh CSR akan meningkatkan kualitas laba dari perusahaan tersebut yang nantinya akan memberikan rasa percaya dari investor untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan yang disini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat. Berdasarkan pembahasan diatas maka hipotesis pada penelitian ini adalah:

H4 : *CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kualitas laba.*

Subyek yang digunakan adalah perusahaan-perusahaan di sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2017. Sedangkan jenis data pada penelitian ini adalah data sekunder yang berupa laporan keuangan tahunan perusahaan pertambangan tahun 2017. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode non-probability sampling berupa teknik purposive sampling dengan beberapa kriteria diantaranya:

1. Perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017.
2. Perusahaan *property* dan *real estate* yang menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap.
3. Sahamnya aktif diperdagangkan pada periode penyampelan

Definisi Operasional Variabel

1. Variabel Independen

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, informasi mengenai *corporate social responsibility* berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative) 4 yang berlaku mulai periode 2013 sampai sekarang. Penelitian ini menggunakan indeks pengungkapan untuk mengukur luasnya pengungkapan informasi sosial perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Cahaya, Porter dan Brown (2006), Indeks pengungkapan menjadi pengukuran yang banyak digunakan karena indeks pengungkapan ini menjadi alat yang tepat untuk mengukur tingkat pengungkapan informasi sosial perusahaan pada perusahaan seperti di Indonesia.

Cara pengukuran tingkat pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah dengan menggunakan rasio dari informasi yang di ungkapkan oleh perusahaan terhadap jumlah pengungkapan yang disyaratkan dalam *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu sebanyak 91 item pengungkapan (Lampiran 3).

Penghitungan CSR dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan indeks dummy. *Score* yang akan diberikan pada variabel tersebut yaitu *Score* 0 Jika perusahaan tidak mengungkapkan item pada daftar pertanyaan. *Score* 1 Jika perusahaan mengungkapkan item pada daftar pertanyaan.

$$CSRDI_j = \frac{X_j}{N_j}$$

Keterangan:

$CSRDI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index*

perusahaan j

X_j : Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan j

N_j : jumlah item pengungkapan CSR

2. Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel output adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel dependen penelitian ini adalah nilai perusahaan yang diukur dengan menggunakan tobin's Q. Tobin's Q dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Q_{it} = \frac{(P_{it})(N_{it}) + D_{it}}{BVA_{it}}$$

Keterangan:

Q_{it} : Nilai perusahaan i pada tahun t

P_{it} : Harga pasar saham perusahaan i pada tahun t

N_{it} : Jumlah lembar saham yang beredar perusahaan i pada tahun t

D_{it} : Nilai buku hutang perusahaan i pada tahun t

BVA_{it} : Nilai buku total aset perusahaan i pada tahun t

3. Variabel Intervening

Variabel intervening dalam penelitian ini adalah kualitas laba yang diukur melalui manajemen laba dengan menggunakan *Real Activity Manipulation* (RAM). RAM adalah tindakan manajemen yang menyimpang dari praktik bisnis normal, dengan tujuan utama mencapai atau melampaui target (Roychowdhury, 2006:336). Pengukuran RAM yang digunakan dalam penelitian ini hanya menggunakan *abnormal operating cash flow* karena dari ketiga model RAM milik Roychowdhury (2006) pada akhirnya berpengaruh pada arus kas perusahaan. Berikut adalah model regresi untuk mencari arus kas kegiatan operasi normal yang direplikasi dari penelitian Roychowdhury (2006) :

$$CFO_t/At - 1 = \alpha_0 + \alpha_1(1/At - 1) + \alpha_2(St/At - 1) + \alpha_3(\Delta St/At - 1) + \epsilon_t$$

Keterangan:

CFO_t : arus kas kegiatan operasi pada tahun t

- At-1 : total aktiva pada tahun t-1
- St : penjualan pada tahun t
- ΔSt : penjualan pada tahun t dikurangi penjualan pada tahun t-1
- α_0 : konstanta
- ϵ_t : error term pada tahun t.

Abnormal cash flow operation adalah nilai residual (ϵ_t) dari persamaan di atas. Kriteria perusahaan yang melakukan RAM jika nilai residual (ϵ_t) atau nilai *Abnormal cash flow operation* lebih kecil dari nol.

4. Variabel Kontrol

Variabel kontrol juga disebut sebagai variabel kendali. Menurut Sugeng (2007) disebut sebagai variabel kendali karena variabel kontrol adalah variabel yang perlu dikontrol, dipertahankan tetap, atau diacak sedemikian rupa sehingga pengaruh mereka dinetralisir, dikeluarkan atau disamakan bagi semua kondisi.

Variabel kontrol dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan. Brigham dan Houston (2006) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas.

Apabila suatu perusahaan mempunyai total aset dengan jumlah yang besar, maka hal ini mencerminkan bahwa perusahaan tersebut memiliki kondisi yang relatif lebih stabil dan mampu untuk menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang hanya memiliki total aset yang sedikit. Variabel kontrol dalam penelitian ini akan diukur menggunakan rumus :

$$SIZE = \ln(\text{Total Asset})$$

Uji Hipotesis dan Analisis Data

Model statis dan penyimpulan untuk hipotesis 1, 2, 3 dan 4 adalah sebagai berikut:

- a. Persamaan 1 menguji pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan. Model statis untuk hipotesis ini adalah

$$\mathbf{Firm_V}_{it} = \alpha_{10} + \alpha_{11}\mathbf{CSR}_{it} + \alpha_{12}\mathbf{Size} + \hat{\epsilon}_{it} \dots\dots\dots(1)$$

Persamaan 1 terdukung apabila $\alpha_{11} p\text{-value} < 5\%$

- b. Persamaan 2 menguji pengaruh CSR terhadap nilai kualitas laba. Model statis untuk hipotesis ini adalah

$$\mathbf{KL}_{it} = \alpha_{20} + \alpha_{21}\mathbf{CSR}_{it} + \hat{\epsilon}_{it} \dots\dots\dots(2)$$

- c. Persamaan 3 menguji pengaruh mediasi kualitas laba terhadap hubungan CSR dan nilai perusahaan. Model statis untuk hipotesis ini adalah

$$\mathbf{Firm_V}_{it} = \alpha_{30} + \alpha_{31}\mathbf{CSR}_{it} + \alpha_{32}\mathbf{KL}_{it} + \hat{\epsilon}_{it} \dots\dots\dots(3,4)$$

Keterangan:

CSR = *Corporate Social Responsibility*

Firm_V = Nilai Perusahaan

KL = Kualitas Laba

α = Koefisien regresi

$\hat{\epsilon}$ = Variabel pengganggu

III. HASIL DAN ANALISIS

Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan properti dan *real estate* yang terdaftar di (BEI) sebagai subyek penelitian. Tahun penelitian mencakup data pada tahun 2017. Data laporan keuangan tahunan diperoleh dengan mengakses www.idx.co.id serta mengakses web perusahaan.

Berikut adalah perincian proses pengambilan sampel penelitian yang dapat dilihat pada table 4.1 :

Tabel 4.1**Proses Pemilihan Sampel Perusahaan Property dan Real Estate**

No	Kriteria Sampel Penelitian	2017
1	Perusahaan <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	48
2	Perusahaan <i>property</i> dan <i>real estate</i> yang menerbitkan laporan keuangan tahunan secara lengkap.	(3)
3	Sahamnya aktif diperdagangkan pada periode penyampelan	(0)
	Total Sampel	
	Data Outlier	(7)
Jumlah Data yang Digunakan		38

Uji Statistik Deskriptif**Tabel 4.2**
Hasil Statistik Descriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Nilai Perusahaan	38	0,240	1,900	0,97630	0,458740
CSR	38	0,220	0,505	0,33112	0,072856
Kualitas Laba	38	0,015	0,112	0,06873	0,026548
Size	38	27,150	31,670	29,44289	1,198537
Valid N (listwise)	38				

Sumber: Output SPSS data sekunder yang diproses

Uji Normalitas**Tabel 4.3**
Hasil Uji Normalitas Data

Persamaan	Jenis Data	N	Sig	Keterangan
I	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	38	0,356	Normal
II	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	38	0,815	Normal
III	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	38	0,212	Normal

Sumber: Output SPSS dari data sekunder yang diproses

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas

Persamaan	Variabel Independen	Variabel Dependen	Colinearity Statistics		Kesimpulan
			Tolerance	VIF	
I	CSR	Nilai Perusahaan	0,898	1,113	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Size		0,898	1,113	Tidak Terjadi Multikolinearitas
III	CSR	Nilai Perusahaan	0,898	1,113	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Kualitas Laba		0,939	1,065	Tidak Terjadi Multikolinearitas
	Size		0,849	1,178	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Output SPSS dari data sekunder yang diproses

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Persamaan	Variabel Independen	Variabel Dependen	Coeff	Sig. (2-tailed)	Simpulan
I	CSR	Nilai Perusahaan	-0,075	0,665	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Size		-0,224	0,202	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
II	CSR	Kualitas Laba	-0,124	0,459	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
III	CSR	Nilai Perusahaan	-0,104	0,548	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Kualitas Laba		-0,240	0,160	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
	Size		-0,240	0,181	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Output SPSS dari data sekunder yang diproses

Uji Hipotesis

Tabel 4.6
Hasil Uji Hipotesis 1

	Unstandardized Coefficient		Sig
	B	Std. Error	
Constant	0,860	1,919	0,657
CSR	0,536	1,119	0,635
Size	-0,002	0,068	0,976

F : 0,123 Sig: 0,885^b
R² : 0,007

Sumber: Output SPSS dari data sekunder yang diproses

Tabel 4.7
Hasil Uji Hipotesis 2

	Unstandardized Coefficient		Sig
	B	Std.Error	
Constant	0,059	0,021	0,007
CSR	0,029	0,061	0,639

F : 0,223 Sig: 0,639^b
R² : 0,006

Sumber: Output SPSS dari data sekunder yang diproses

Tabel 4.8
Hasil Uji Hipotesis 3

	Unstandardized Coefficient		Sig
	B	Std.Error	
Constant	0,480	0,192	0,017
Kualias Laba	7,227	2,616	0,009

F : 7,633 Sig: 0,009^b
R² : 0,175

Sumber: Output SPSS dari data sekunder yang diproses

Tabel 4.9
Hasil Uji Hipotesis 4

Indirect effect of X on Y

	Effect	BootLLCI	BootULCI
Kualitas Laba	-0,0004	-0,9318	0,8468

Sumber: Output dari data sekunder yang diproses

Tabel 4.10
Ringkasan Hasil Uji Hipotesis

	HIPOTESIS	HASIL
H₁	CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan	Ditolak
H₂	CSR berpengaruh positif terhadap Kualitas laba	Ditolak
H₃	Kualitas Laba berpengaruh positif Nilai Perusahaan	Diterima
H₄	CSR berpengaruh positif terhadap Nilai Perusahaan melalui Kualitas Laba	Ditolak

Pembahasan

1. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan

Pada hipotesis pertama (H1) dijelaskan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang sering melakukan CSR maka perusahaan tersebut akan dapat meningkatkan nilai perusahaan tersebut karena adanya citra perusahaan yang baik dan CSR ini dapat memberikan signal positif terhadap investor atau kreditor.

Pada perusahaan properti dan *real estate*, penggunaan CSR sangat diperlukan karena dalam praktiknya perusahaan tersebut banyak berhubungan langsung terhadap lingkungan dan masyarakat sekitar, serta karena adanya CSR diantara perusahaan dan masyarakat diharapkan masyarakat dapat memberikan masukan terhadap perusahaan agar lebih baik untuk kedepannya.

Hasil dari penelitian ini tidak sejalan dengan hipotesis yang telah dibuat yang pada penelitian ini menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan yang disebabkan karena prosedur yang dijalankan didalam CSR tidak sesuai dengan apa tertera pada pedoman Global Reportin Initiative (GRI). Pengungkapan CSR yang tidak baik akan menyebabkan nilai perusahaan menjadi tidak mengalami peningkatan pula.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Dian dan Lidyah (2012) serta Nurhayati dan Medyawati (2013) yang menemukan bahwa CSR berpengaruh positif tidak signifikan terhadap nilai perusahaan, hal ini disebabkan karena pengungkapan CSR sebuah perusahaan belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan dan perusahaan yang tidak meningkatkan nilai perusahaannya belum tentu memiliki nilai perusahaan yang rendah.

Penelitian Dian dan Nurhayati (2012-2013) tidak sejalan dengan penelitian Fridagustina (2014) serta Hariarti dan Rihatiningtyas (2015) yang menyatakan bahwa meningkatnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Perusahaan akan menciptakan citra yang baik terhadap perusahaan sehingga investor akan melihat hal ini sebagai hal yang positif untuk berinvestasi di perusahaan tersebut.

2. Pengaruh CSR terhadap Kualitas Laba

Pada hipotesis ke dua (H2) dijelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap kualitas laba. Hipotesis ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menjalankan CSR dengan baik akan mampu untuk menekan adanya praktik manajemen laba di perusahaan tersebut yang mengakibatkan kualitas laba yang diberikan ke investor tersebut dapat dipertanggung jawabkan. CSR sendiri memiliki tanggung jawab hukum dan etis untuk bertindak sesuai hukum yang telah ditetapkan (Pearce dan Robinson, 2016).

Pada perusahaan properti dan *real estate* yang pada saat ini mengalami pertumbuhan dapat menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan properti dan *real estate* yang membuat investor akan melihat laporan keuangan dan mencari isu-isu tentang sebuah investor.

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak memiliki pengaruh terhadap kualitas laba yang dapat disebabkan oleh masih banyaknya perusahaan yang kurang dalam membatasi aktifitas manajemen laba melalui *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Fitri dan Ichwan (2014) membuktikan adanya pengaruh positif signifikan antara CSR terhadap kualitas laba dimana semakin tinggi dari indeks CSR maka akan semakin tinggi pula kualitas laba perusahaan tersebut.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Fitri dan Ichwan (2014), hasil penelitian Silviana dan Dewi (2014) juga membuktikan bahwa adanya pengaruh signifikan CSR terhadap kualitas laba yang disebabkan oleh semakin kecilnya manajemen laba akan menyebabkan kualitas laba perusahaan tersebut semakin meningkat.

3. Pengaruh Kualitas Laba terhadap Nilai Perusahaan

Pada hipotesis ke tiga (H3) dijelaskan bahwa kualitas laba memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Hipotesis ini memiliki arti bahwa kualitas laba perusahaan yang baik akan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena seorang investor akan memberikan dananya kepada perusahaan yang memiliki laba yang besar pula yang nantinya akan memberikan keuntungan terhadap investor tersebut.

Dalam perusahaan properti dan *real estate* yang saat ini memberikan daya tarik bagi investor karena banyaknya mall dan perumahan yang baru bermunculan menunjukkan bahwa berinvestasi pada perusahaan properti dan *real estate* merupakan investasi yang menguntungkan.

Hasil pengujian hipotesis ke tiga menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara kualitas laba terhadap nilai perusahaan yang dapat diartikan bahwa kualitas laba merupakan salah satu faktor meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ummi Istiadah (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas laba memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan karena Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan. Rendahnya kualitas laba akan dapat membuat kesalahan pembuatan keputusan para pemakainya seperti investor dan kreditor, sehingga nilai perusahaan akan berkurang.

Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh ummi, penelitian dari Resi, Emrinaldi, Novita (2017) dan Nur, Septyana (2016) mendapatkan hasil kualitas laba memberikan pengaruh langsung terhadap nilai perusahaan karena nilai perusahaan akan meningkat jika investor memberikan dananya ke perusahaan yang disebabkan oleh kualitas laba pada perusahaan tersebut sudah dapat menekan praktik manajemen laba dalam perusahaan tersebut.

4. Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan Melalui Kualitas Laba

Pada hipotesis ke empat (H4) dijelaskan bahwa *corporate social responsibility* (CSR) memiliki pengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kualitas laba. Hasil ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang melakukan CSR dengan baik akan memiliki nilai perusahaan yang baik pula dengan didukung oleh kualitas laba perusahaan tersebut yang baik juga.

Hasil pengujian hipotesis ke empat menyatakan bahwa CSR secara tidak langsung, tidak berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan melalui kualitas laba. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR belum dapat menekan manajemen laba sehingga akan mempengaruhi besaran kualitas laba yang nantinya akan mempengaruhi nilai perusahaan.

Selain itu kegiatan pertanggungjawaban sosial pada perusahaan properti dan *real estate* sudah menjadi kewajiban sehingga pasar merespon sebagai kegiatan pemenuhan kewajiban perusahaan terhadap peraturan bukan sebagai faktor yang menentukan kualitas laba.

Penelitian sebelumnya dari Fombrun dan Shanley (1990) memandang kegiatan CSR sebagai bentuk pembangunan atau pemeliharaan reputasi. Jika suatu perusahaan menghargai reputasinya, maka manajer dapat menggunakan CSR untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan membatasi manajemen laba untuk mengurangi potensi

kerusakan pada reputasinya, yang konsisten dengan hubungan negatif antara CSR dan manajemen laba. Manajemen laba yang telah dibatasi oleh CSR akan meningkatkan kualitas laba dari perusahaan tersebut yang nantinya akan memberikan rasa percaya dari investor untuk menginvestasikan dananya ke perusahaan yang disini akan menyebabkan nilai perusahaan meningkat.

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa CSR yang sudah dilakukan perusahaan belum tentu dapat meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini dapat terjadi karena CSR bukanlah variabel yang menggunakan nominal dalam penilaiannya melainkan seberapa banyak tingkat tanggung jawab yang telah dilakukan perusahaan.
2. *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap kualitas laba pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian menjelaskan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan belum tentu dapat meningkatkan kualitas laba dikarenakan belum semua perusahaan yang mencantumkan semua kegiatan dalam pengungkapan CSR. Hal ini dapat menyebabkan investor belum dapat percaya terhadap kualitas laba yang diungkapkan perusahaan di dalam laporan keuangan.
3. Kualitas laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Kualitas laba yang dipercaya oleh investor adalah kualitas laba yang terbebas dari praktik manajemen laba yang dapat merugikan investor. Dengan memiliki kualitas laba

yang terpercaya maka akan dapat membuat nilai perusahaan tersebut meningkat karena investor akan lebih percaya terhadap perusahaan tersebut yang nantinya membuat harga saham perusahaan tersebut meningkat.

4. *Corporate social responsibility* yang dimediasi oleh kualitas laba tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017. Kualitas laba pada penelitian ini sebagai pemediasi dianggap belum dapat memediasi hubungan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini bisa terjadi dikarenakan perusahaan belum dapat menekan praktik manajemen laba didalam perusahaan yang menyebabkan rendahnya tingkat kualitas laba yang akhirnya belum dapat meningkatkan nilai perusahaan pada penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis dan simpulan yang telah diuraikan, maka saran untuk penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Apabila memungkinkan variabel *corporate sosial responbility* dapat di ukur dengan indikator dari Komite Nasional Kebijakan Governace (KNKG) atau menggunakan lebih dari 1 rater sehingga hasil yang diperoleh lebih objektif.
2. Peneliti berikutnya dapat menguji lebih dari 1 tahun untuk melihat perkembangan CSR di perusahaan properti dan *real estate*.

DAFTAR PUSTAKA

- Barnea, A. & Rubin, A. (2010). Corporate Social Responsibility as a Conflict Between Shareholders. *Journal of Business Ethics*, 97(1).
- Benson Wier. 2012. "Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?". *The Accounting Review*, 87 (3) : 761-796.
- Bronson. N. Scott, Joseph V. Carcello, Carl W. Hollingsworth, Terry L. Neal. 2009. "Are fully independent audit committees really necessary?". *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol.28. No.4. Hal. 265-280.
- Carroll. AB. (1999). Corporate Social Responsibility Evolution of a Definitional Construct. *Business & Society*, 38(3).
- Cespa, G. & Cestone, G. (2007). Corporate Social Responsibility and Managerial Entrenchment. *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3).
- Dechow, M. Patricia. 1994. "Accounting Earnings and Cash Flows as Measures of Firm Performance the Role of Accounting Accruals". *Journal of Accounting and Economics*. 18. hal.342.
- Dian, Lidyah. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusi terhadap Nilai Perusahaan Tambang Batu. STIE MDP.
- Djoko, dan Shinta. 2010. Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Disclosure Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi/Volume XVI*, No. 02, Mei 2012: 162-175
- Edmawati, Sri Dewi. 2012. Pengungkapan Informasi Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Dan Pengaruhnya Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Volume 3 Nomor 3. September 2012.
- Fitri, dan Ichwan. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kualitas Laba Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Moderating. Universitas Islam Nahdlatul Ulama' Jepara. *Jurnal Akuntansi & Auditing*. Volume 11/No. 1/ November 2014 : 38 – 60.
- Gomez-Mejia, L. R. & Wiseman, R. M. (1998). A Behavioral Agency Model of Managerial Risk Taking. *The Academy of Management Review*. 23(1), 133-153.
- Gunawan, Barbara, dan Suharti Sri Utami. 2008. Peranan Corporate Social Responsibility dalam Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*. Volume 7 Nomor 2. September 2008. Halaman 174-185.

- Halimatusadiah, E. & Gunwan, B. (2014). Analisis Penerapan Good Corporate Governance dalam Mengoptimalkan Pelaksanaan Sistem Informasi Akuntansi. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 2(1).
- Hanni, dan Surya. 2013. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating. *Diponegoro Journal Of Accounting*. Volume 2, Nomor 3, Tahun 2013, Halaman 1.
- Kim, Yongtae. Myung Seok Park. Benson Wier. 2012. "Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?". *The Accounting Review*, 87 (3) : 761-796.
- Ladina, P., Wijono, T. & Nuzula, N. F. (2016) Analisis Pelaporan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Induk dan Subsidiary Tahun 2014. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 41(1).
- Lestari, Nurhayati, Diamonalisa. 2016. Pengaruh Kualitas Laba dan Kinerja Keuangan terhadap Nilai Perusahaan. Universitas Islam Bandung.
- Miles, P. C. & Miles, G. (2013). Corporate social responsibility and executive compensation: exploring the link. *Social Responsibility Journal* 9(1), 76-90
- Nur. Septyana. 2016. Analisis Investasi Dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan. Universitas Yapis Papua. *Jurnal Future*.
- Nyoman, dan Made. 2014. Pengaruh Corporate Governance Pada Nilai Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 9.2(2014): 411-429.
- Prior, D., J. Surroca, and J. Tribo. 2008. Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate Governance* 16 (3): 160–177.
- Purwaningtyas, Frysa Praditha. 2011. Analisis Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. Skripsi Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang.
- Ramadhani, Laras Surya, Dan Basuki Hadiprajitno. 2012. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating data Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Diponegoro Journal of Accounting*. Volume 1 Nomor 2.
- Rekker, S. A. C., Benson, K. L., Faff. R.W. (2014). Corporate social responsibility and MANAJEMEN compensation revisited: Do disaggregation, market stress, gender matter? *Journal of Economics and Business*, 72, 84-103.
- Resi, Emrinaldi, Novita. 2017. Pengaruh IFR dan Mekanisme CG terhadap Nilai Perusahaan dengan Kualitas Laba sebagai Variabel Intervening. Universitas Riau. *Jurnal Sorot*. Volume 12, Nomor 1, April 2017: 25-39.

- Roychowdhury, S. 2006. Earnings management through real activities manipulation. *Journal of Accounting and Economics* 42 (3): 335–370.
- Shenjaya, S. & Juniarti. (2016). Pengaruh Kinerja Corporate Social Responsibility Terhadap Persistensi Laba Pada Perusahaan Yang Bergerak di Sektor Barang Konsumsi Dengan Subsektor Farmasi, Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga dan Peralatan Rumah Tangga Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2014. *Business Accounting Review*. 4(1), 241-252.
- Silviana, dan Dewi. 2014. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Kualitas Laba. Program Studi Akuntansi. Fakultas Ekonomi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Suparjan, A. & Mulya, S, A. (2012). Pengaruh Kinerja Sosial dan Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Sebagai Variabel Intervening Terhadap Nilai Perusahaan. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*. 12(3).
- Umami Istiadah. 2015. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Nominal*. Volume IV Nomor 2 / Tahun 2015.
- Wahyu, Nurleli dan Yuni. 2017. Pengaruh Nilai Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Menggunakan Variabel Kontrol Ukuran Perusahaan. Universitas Islam Bandung. ISSN: 2460-6561.
- Woludo, C. F. & Rahmawati, I. P. (2017). Analisis Pengungkapan Corporate Social Responsibility Berdasarkan Global Reporting Initiative G4. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 13(1), 53-60