

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Berikut ini dikemukakan beberapa hasil penelitian terdahulu dari sejumlah karya tulis yang terkait dengan judul penelitian sebagai bahan perbandingan dan referensi yaitu sebagai berikut :

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No.	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan & Persamaan
1	<i>Effect Corporate Social Responsibility, Firm Size, and Intellectual Capital on Firm Value in Indonesia Stock Charge</i> Hendro Sasongko, Asep Alipudin, Martin Yohanes Uria (2019)	Variabel X : <i>Corporate Social Responsibility (X1), Firm Size (X2), Intellectual Capital (X3)</i> Variabel Y : <i>Firm Value</i>	<i>Corporate social responsibility and firm size negatively affect the value of the firm, and intellectual capital does not affect the firm value.</i>	Perbedaan : Pada penelitian ini tidak memiliki <i>Intellectual Capital</i> sebagai variabel X. Sedangkan penelitian terdahulu tidak memiliki <i>Earnings Management</i> pada variabel X. Persamaan : Terletak pada variabel X yaitu sama-sama terdapat <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Firm Size</i> dengan variabel Y yaitu <i>Firm Value</i> .
2	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Laba Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019) Umi Lathifatu Nur Tri Mukti, Muslichah, Afifudin (2021)	Variabel X : <i>Corporate Social Responsibility (X1), Ukuran Perusahaan (X2), Pertumbuhan Laba (X3)</i> Variabel Y : Nilai Perusahaan	<i>Corporate social responsibility dan Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.</i> <i>Pertumbuhan Laba tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.</i>	Perbedaan : Penelitian ini tidak terdapat Pertumbuhan Laba pada variabel X dan penelitian dilakukan pada sektor pertambangan tahun 2018-2020. Dan penelitian terdahulu terdapat Manajemen Laba pada variabel X dan penelitian dilakukan pada sektor manufaktur tahun 2017-2019. Persamaan : Terletak pada variabel X yaitu sama-sama terdapat <i>Corporate Social Responsibility</i> , Ukuran Perusahaan dengan variabel Y yaitu Nilai Perusahaan.

Lanjutan

3	Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. Pedi Riswandi dan Rina Yuniarti (2020)	Variabel X : Manajemen Laba Variabel Y : Nilai Perusahaan	Manajemen Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Perbedaan : Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel ukuran perusahaan dan <i>corporate social responsibility</i> pada variabel X. Persamaan : Sama-sama terdapat variabel X yaitu manajemen laba dengan variabel Y yaitu nilai perusahaan.
4	Pengaruh Manajemen Laba dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus pada Perusahaan Asuransi yang Terdaftar di BEI Periode 2015-2019) Siti Sa'adah Nurul Jannah dan Daryanto Hesti Wibowo (2021)	Variabel X : Manajemen Laba (X1), Struktur Modal (X2) Variabel Y : Nilai Perusahaan	Manajemen Laba secara parsial berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Perbedaan : Pada penelitian ini tidak terdapat variabel X yaitu Struktur Modal dan penelitian dilakukan pada sektor pertambangan tahun 2018-2020. Sedangkan penelitian terdahulu tidak terdapat variabel X yaitu ukuran perusahaan dan <i>corporate social responsibility</i> dan penelitian dilakukan pada sektor asuransi tahun 2015-2019. Persamaan : Sama-sama terdapat variabel X yaitu manajemen laba dengan variabel Y yaitu nilai perusahaan.
5	Pengaruh Ukuran Perusahaan (<i>Size</i>) dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Marista Oktaviani, Asyidatur Rosmaniar, Samsul Hadi (2019)	Variabel X : Manajemen Laba (X1), Struktur Modal (X2) Variabel Y : Nilai Perusahaan	Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Struktur Modal tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.	Perbedaan : Pada penelitian terdahulu tidak terdapat variabel ukuran perusahaan dan <i>corporate social responsibility</i> pada variabel X. Persamaan : Sama-sama terdapat variabel X yaitu manajemen laba dengan variabel Y yaitu nilai perusahaan.

Lanjutan

6	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas Sebagai Variabel <i>Moderating</i> (Studi Empiris pada Perusahaan <i>Food and Beverage</i> yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2015) Rokhmat Jaya Stiaji, Nur Diana, Afifudin (2017)	Variabel X : <i>Corporate Social Responsibility</i> Variabel Y : Nilai Perusahaan Variabel Z : Profitabilitas	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Profitabilitas mampu memoderasi CSR dengan signifikan terhadap Nilai Perusahaan.	Perbedaan : Pada penelitian ini tidak terdapat variabel Z yaitu Profitabilitas dan penelitian dilakukan pada sektor pertambangan tahun 2018-2020. Sedangkan penelitian terdahulu tidak terdapat variabel X yaitu Manajemen Laba dan Ukuran Perusahaan serta penelitian dilakukan pada sektor <i>food and beverage</i> tahun 2013-2015, Persamaan : Sama-sama terdapat variabel X yaitu <i>Corporate Social Responsibility</i> dan variabel Y yaitu Nilai Perusahaan.
---	---	---	---	---

2.2 Kajian Pustaka

2.2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Pengertian teori keagenan (*agency theory*) menurut Supriyono (2018:63) menyatakan bahwa teori keagenan merupakan teori yang mendiskripsikan afiliasi antara pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agent*). Teori keagenan dapat diaplikasikan pada praktik manajemen laba. Pada Akbar dan Purnomo (2021:668) mengungkapkan bahwa manajemen laba pada teori agensi dipengaruhi karena munculnya perbedaan kepentingan oleh pemegang saham (*principal*) dengan manajemen (*agent*) yang disebabkan adanya pertentangan masing-masing pihak dalam usaha mencapai tujuan yaitu berhubungan dengan bonus manajemen.

Teori keagenan merupakan pemberian kekuasaan oleh pemegang saham (*principal*) terhadap manajemen (*agent*) perusahaan mengenai penyusunan

keputusan dengan memprioritaskan kebutuhan dalam memaksimalkan laba guna mengoptimalkan nilai perusahaan maka hal tersebut dapat mengurangi kewajiban manajemen dengan berlaku sesuai kebutuhan pemegang saham (Supriyono, 2018:63).

2.2.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Teori sinyal (*signalling theory*) menurut Brigham dan Houston (2014:186) yaitu teori yang menyatakan bahwa sinyal berupa informasi yang disampaikan oleh perusahaan berhubungan dengan usaha manajemen untuk menilai proyek perusahaan. Sinyal ini bermaksud untuk meyakinkan para investor dan calon investor mengenai nilai perusahaan. Jadi, dengan diberikannya sinyal dapat lebih mempermudah para investor saat mengukur baik buruknya pertumbuhan kinerja suatu perusahaan serta saat mengambil keputusan.

2.2.3 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi berpusat pada hubungan korelasi perusahaan dengan masyarakat. Dalam Budianty (2018:19) teori legitimasi mengungkapkan bahwa perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, maka dari itu perusahaan wajib mencermati norma-norma sosial kemasyarakatan sebab ketaatan terhadap norma sosial mampu menjadikan perusahaan bertambah *legitimate* (sah).

Deegan dan Tobin (2002) dalam Budianty (2018:20) mengungkapkan bahwa *legitimate* (sah) perusahaan bakal dicapai jika ditemukan persamaan hasil yang diinginkan masyarakat pada perusahaan, akibatnya tidak ada permintaan

dari masyarakat setempat. Mekanisme *corporate social responsibility* adalah praktik kewajiban perusahaan pada masyarakat secara sosial.

2.2.4 Manajemen Laba

Menurut Meutia (2004) dalam Susilo (2016:76) manajemen laba merupakan upaya manajer yang dengan sengaja melaksanakan kecurangan pada laporan keuangan namun masih dalam ketentuan prinsip akuntansi yang bermaksud menyampaikan informasi yang menjerumuskan para pengguna laporan keuangan guna memenuhi kebutuhan manajer itu sendiri. Menurut Manik (2018:03) implementasi manajemen laba berhubungan dengan penentuan metode akuntansi yang dilakukan oleh manajemen untuk manajer dalam menyusun laporan keuangan dengan menggunakan *discretionary accruals* guna menentukan banyaknya laba, yang selanjutnya seorang manajer berhak menaikkan atau menurunkan laba yang disajikan tanpa berpengaruh terhadap peningkatan dan penurunan laba perusahaan pada kurun waktu yang lama. Hal ini karena besar kecilnya pajak yang akan ditarik oleh pemerintah sangat tergantung pada besar kecilnya laba yang dicapai perusahaan. Kondisi inilah yang menyebabkan manajer untuk mengelola dan mengatur labanya dalam jumlah tertentu agar pajak yang harus dibayar tidak terlalu tinggi.

Wardani dan Kusuma (2021:63) mengungkapkan bahwa terdapat dua metode untuk mengelola laba perusahaan, antara lain manajemen laba akrual yang artinya memanipulasi akrual tanpa berpengaruh pada aliran kas dan manajemen laba riil yang artinya aktivitas riil yang berpengaruh pada aliran kas

perusahaan. Manajemen laba akrual dapat dideteksi dengan *discretionary accruals* serta *revenue discretionary* sedangkan manajemen laba riil dideteksi dengan arus kas operasi, biaya produksi serta biaya diskreisioner yang mana cara terus dapat dilakukan oleh pihak manajemen untuk menjalankan manajemen laba (Sa'diyah, 2017:04).

Terdapat sejumlah hal yang memotivasi manajer untuk melaksanakan manajemen laba yaitu : biaya pajak yang rendah, dana dalam kontrak utang, kepercayaan masyarakat dalam pasar modal, pemberian bonus yang besar, prestasi yang baik bagi CEO perusahaan, serta penilaian positif oleh investor dalam IPO (*Initial Public Offering*), (Susilo, 2016:78).

Investor harus melakukan observasi secara cermat saat memutuskan perusahaan mana yang akan cocok dijadikan tempat untuk menginvestasikan modalnya. Investor juga perlu menganalisis laporan keuangan perusahaan agar dapat mengetahui apakah perusahaan tersebut menerapkan manajemen laba atau tidak. Dilansir oleh Pornawan (2021) dalam artikelnya berikut hal-hal yang perlu diobservasi untuk menentukan apakah perusahaan melakukan manipulasi pada laporan keuangan dengan menerapkan manajemen laba :

- a. Perusahaan menyajikan peningkatan pendapatan tanpa disertai adanya peningkatan pada arus kas yang sinkron.
- b. Perusahaan menyajikan peningkatan pendapatan hanya pada triwulan 4 pada tahun fiskal.

- c. Aset tetap perusahaan mengalami peningkatan yang melebihi standar normal dalam suatu perusahaan.

Manajemen laba memiliki beberapa model pengukuran. Menurut Runturambi (2017) dalam Aprilia (2021:12) pengukuran pada manajemen laba diperlukan untuk mengetahui apakah terdapat manajemen laba pada suatu perusahaan. Manajemen laba diproksikan dengan *Discretionary Accruals* (DA). Dechow, *et al* (1995) mengungkapkan terdapat 5 macam model pengukuran manajemen laba, yaitu sebagai berikut :

1. Model Healy

Healy (1985) mengukur manajemen laba yaitu dengan membagi antara rata-rata total akrual dengan total akrual periode sebelumnya. Healy mengungkapkan bahwa *non discretionary accruals* (NDA) tidak dapat diobservasi. Berikut rumus manajemen laba model Healy :

$$NDA = 0 \text{ sehingga } TA = NDA$$

2. Model De Angelo

De Angelo (1986) mengungkapkan bahwa tingkat akrual *non discretionary* perusahaan *i* pada periode *t* diperkirakan setara dengan tingkat akrual pada periode sebelumnya. Maka, selisih total akrual antara periode *t* dengan *t-1* ialah tingkat akrual yang *discretionary*. Berikut rumus manajemen laba dengan model De Angelo :

$$DA_{it} = (TA_{it} - TA_{it-1}) / A_{it-1}$$

(2.1)

Keterangan :

DAit = *Discretionary Accruals*

TAit = Total akrual perusahaan i pada periode ke t

Ait-1 = Total aset untuk sampel perusahaan i pada periode t-1

3. Model Jones

Jones (1991) menawarkan suatu model yang menerangkan bahwa *non discretionary accruals* bersifat konsisten. Jones meninjau pengaruh perubahan lingkungan ekonomi perusahaan pada *non discretionary accruals*. Berikut rumus manajemen laba menggunakan model Jones :

$$TAit/Ait-1 = \alpha_1 (1/Ait-1) + \alpha_2 (\Delta REVt/Ait-1) + \alpha_3 (PPEit/Ait-1) + e \quad (2.2)$$

Keterangan :

Tait = Total akrual perusahaan i pada periode ke t

Ait-1 = Total aset untuk sampel perusahaan i pada periode ke t-1

$\Delta REVt$ = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode ke t

PPEit = Aktiva tetap perusahaan i pada periode ke t

e = Error

4. Model Jones Modifikasi

Modifikasi model Jones diubah untuk mengurangi kesalahan pada model Jones dalam menyusun *accruals* pada pendapatan. Pada model modifikasi ini, *non discretionary accruals* merupakan perkiraan periode kejadian yang artinya selama periode manajemen laba diperkirakan terjadi (Danajaya, 2013 dalam

Aprilia, 2021:15). Berikut rumus perhitungan manajemen laba dengan model

Jones modifikasi :

Langkah 1 Menghitung total akrual dengan pendekatan arus kas

$$\boxed{Tait = Nit - CFOit} \quad (2.3)$$

Keterangan :

Tait = Total akrual perusahaan i pada periode ke t

Nit = Laba bersih perusahaan i pada periode ke t

CFOit = Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode ke t

Langkah 2 Menghitung total akrual dengan mencari nilai koefisien β_1 , β_2 ,

β_3 dengan teknik regresi :

$$\boxed{\frac{TAit}{Ait-1} = \beta_1 \left(\frac{1}{Ait-1} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REVit}{Ait-1} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPEit}{Ait-1} \right) + e} \quad (2.4)$$

Keterangan :

Tait = Total akrual perusahaan i pada periode ke t

Ait-1 = Total aset untuk sampel perusahaan i pada periode ke t-1

$\Delta REVt$ = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode ke t

PPEit = Aktiva tetap perusahaan i pada periode ke t

e = Error

Langkah 3 Menghitung nilai *Non Discretionary Accruals*

$$\boxed{NDAit = \beta_1 \left(\frac{1}{Ait-1} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REVt - \Delta REct}{Ait-1} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPEit}{Ait-1} \right) + e} \quad (2.5)$$

Keterangan :

NDA_{it} = *Non Discretionary Accruals*

ΔRE_{it} = Perubahan piutang perusahaan i pada periode ke t

A_{it-1} = Total aset untuk sampel perusahaan i pada periode ke t

ΔREV_{it} = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode ke t

PPE_{it} = Aktiva tetap perusahaan i pada periode ke t

e = Error

Langkah 4 Menghitung nilai *Discretionary accruals*

$$DA_{it} = \left(\frac{T_{A_{it}}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

(2.6)

Keterangan :

DA_{it} = *Discretionary Accruals*

$T_{A_{it}}$ = Total akrual perusahaan i pada periode ke t

A_{it-1} = Total aset untuk sampel perusahaan i pada periode ke t

NDA_{it} = *Non Discretionary Accruals*

2.2.6 Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2014) dalam Nunik dan Susilo (2021:51) menyatakan bahwa ukuran perusahaan didefinisikan sebagai ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan yang diukur menggunakan total aset, total penjualan serta kapitalisasi pasar. Pada hakekatnya ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kelompok yaitu : perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*).

Badan Standarisasi Nasional menyebutkan tiga jenis ukuran perusahaan, yakni :

1. Perusahaan Besar (*Large Firm*)
 - a. Sebuah perusahaan dikatakan perusahaan besar apabila kekayaan bersih yang dimiliki lebih dari Rp. 10 Milyar termasuk tanah dan bangunan.
 - b. Jumlah penjualan yang dicapai lebih dari Rp. 50 Milyar/tahun.
2. Perusahaan Menengah (*Medium Firm*)
 - a. Sebuah perusahaan dikatakan perusahaan menengah apabila kekayaan bersih yang dimiliki mulai dari Rp.1 Milyar sampai Rp.10 milyar tanah dan bangunan termasuk didalamnya.
 - b. Jumlah penjualan yang dicapai lebih bari Rp.1 Milyar - Rp.50 Milyar.
3. Perusahaan Kecil (*Small Firm*)
 - a. Sebuah perusahaan dikatakan perusahaan kecil apabila kekayaan bersih yang dimiliki paling besar Rp.200 juta tanah dan bangunan tidak termasuk.
 - b. Jumlah penjualan yang dicapai paling sedikit Rp.1 Milyar/tahun

Siregar dan Numala (2019) dalam Sholihah dan Susilo (2021:12) menyatakan bahwa semakin tinggi aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan mengakibatkan perusahaan dapat diukur menjadi perusahaan yang memiliki peluang yang bagus. Oleh karena itu perusahaan akan dapat menyampaikan laba untuk para pemegang sahamnya, sehingga saham tersebut akan bertahan

di pasar modal dan akan meningkatkan harga sahamnya apabila banyak investor yang tertarik.

Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi peningkatan harga saham perusahaan, apabila ukuran perusahaan semakin besar yang ditinjau dari jumlah asetnya, sehingga harga saham perusahaan dan *return* yang diterima oleh investor akan semakin besar, sementara itu semakin kecil ukuran perusahaan maka harga saham perusahaan juga semakin rendah (Sholihah dan Susilo, 2021:117).

Pratama dan Wiksuana (2016) menyatakan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka perusahaan memiliki aset yang bertambah banyak serta dana yang diperlukan oleh perusahaan guna menjaga aktivitas operasionalnya juga turut meningkat. Perusahaan besar akan mempunyai pendanaan pasar serta nilai buku yang tinggi dengan laba yang besar, sementara itu perusahaan kecil mempunyai pendanaan pasar dengan nilai buku rendah serta laba yang sedikit (Nunik dan Susilo, 2021:52). Jika perusahaan memiliki total aset yang besar, menyebabkan manajemen akan bertambah bebas saat memanfaatkan aset milik perusahaan untuk kegiatan operasional perusahaan.

Menurut Sudarmaji (2007) dalam Pelangi (2020:08) ada beberapa indikator untuk mengukur ukuran perusahaan, yaitu antara lain :

1. Total Aset

Aset merupakan sumber daya atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan. Semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin memperluas

pula pangsa pasar yang dicapai dan akan mempengaruhi laba perusahaan.

Berikut perhitungan ukuran perusahaan jika ditinjau dari total aset :

$$\boxed{\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln_Total Aset}} \quad (2.7)$$

2. Total Penjualan

Penjualan dapat didefinisikan sebagai salah satu faktor penting dalam pemasaran bagi perusahaan dalam mewujudkan jumlah laba yang sebanyak-banyaknya. Semakin tinggi penjualan maka dapat menutupi biaya produksi. Dengan demikian laba yang diharapkan akan meningkat dan mempengaruhi besarnya nilai perusahaan. Berikut rumus pengukuran ukuran perusahaan jika ditinjau dari total penjualan :

$$\boxed{\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln_Total Penjualan}} \quad (2.8)$$

2.2.7 *Corporate Social Responsibility*

Menurut Susilo (2019:24) *Corporate social responsibility* merupakan gambaran dari kewajiban perusahaan dalam bidang sosial kepada masyarakat sekitar dengan melaksanakan berbagai aktivitas bidang sosial yang produktif dan berguna untuk masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan. Sedangkan menurut Wahyudi dan Azheri (2008) dalam Akbar dan Purnomo (2021:669) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* adalah sebuah keharusan suatu perusahaan untuk melakukan tanggungjawabnya yang didasari atas ketetapan untuk mengambil prosedur serta aktivitas dengan mengamati para pemegang saham serta lingkungan dimana perusahaan tersebut melakukan aktivitas operasionalnya pada ketentuan hukum yang berlaku.

Undang-Undang yang menjelaskan *corporate social responsibility* di Indonesia diatur pada UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 Pasal 1 Nomor 3 yang berisi tentang *corporate social responsibility* adalah “komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan yang bermanfaat bagi perseroan itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat sekitar pada umumnya”. Pada Pasal 74 Ayat 1 juga dijelaskan bahwa PT yang menjalankan usaha di bidang yang bersangkutan dengan sumber daya alam wajib hukumnya menjalankan tanggungjawab sosial dan lingkungan.

Susilo (2016:306) mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* dapat dinilai menggunakan *Corporate social responsibility Index* (CSRI) dengan indikator GRI (*Global Reporting Initiative*) version G4. GRI mewakili praktik terbaik secara global dalam hal pelaporan dampak ekonomi, lingkungan dan sosial kepada publik. Pelaporan berkelanjutan yang berdasarkan pada standar GRI memberikan informasi tentang kontribusi positif atau negatif organisasi bagi pembangunan berkelanjutan. Selain itu, GRI-G4 dijadikan pedoman oleh organisasi atau instansi dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dengan indikator berjumlah 91 item (<https://www.globalreporting.org>).

Berikut tabel kategori penilaian *corporate social responsibility* menggunakan *Corporate social responsibility Index (CSRI)* dengan indikator GRI (*Global Reporting Initiative*) version G4 :

Tabel 2.3 Item Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* menurut GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
-Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari
-Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (<i>entry level</i>) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat lokal di lokasi operasi yang signifikan
-Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
-Praktek Pengadaan	EC9	Perbandingan dari pembelian pemasok lokal di operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
-Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat dan volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
-Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi di luar organisasi
	EN5	Intensitas energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energi
-Air	EN7	Konsumsi energi di luar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
-Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola di dalam atau yang berdekatan dengan kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi di luar
	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai

		keanekaragaman hayati tinggi di luar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn <i>red list</i> dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
-Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (cakupan 3)
	EN18	Intesitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
-Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tambahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi basel 2 lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah dan presentase limbah yang diangkut untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkait dampak dari pembuangan air limpasan dari organisais
-Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap lingkungan produk dan jasa
	EN28	Presentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamasi menurut kategori
-Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpastian terhadap UU dan peraturan lingkungan
-Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi dan pengangkutan tenaga kerja
-Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
-Asesmen pemasok atas lingkungan	EN32	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan

	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai paskan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme pengaduan masalah lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi.
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
-Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan baru dan <i>turnover</i> karyawan menurut kelompok umur, gender dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruwaktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
-Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
-Kesehatan dan Keselamatan Kerja VV	LA5	Presentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau beresiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberlanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Presentase karyawan yang menerima review kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
-Keberagaman dan kesetaraan peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
-Kesetaraan Remunerasi perempuan dan laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan.

-Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
-Investasi	HR1	Jumlah total dan presentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk presentase karyawan yang dilatih
-Non Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil
-Kebebasan berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau beresiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja sama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
-Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
-Pekerja paksa atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi beresiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
-Praktik Keagamaan	HR7	Presentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia diorganisasi yang relevan dengan operasi
-Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
-Asesmen	HR9	Jumlah total dan presentase operasi yang telah melakukan review atau asesmen dampak hak asasi manusia
-Asesmen pemasok atas hak asasi manusia	HR10	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pemasok dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Masalah Hak Asasi	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan

		diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-SEKTOR: MASYARAKAT		
-Masyarakat Lokal	SO1	Presentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat lokal
-Anti Korupsi	SO3	Jumlah total dan presentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
-Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
-Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait anti persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
-Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang
-Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Presentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
-Mekanisme Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
-Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Presentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis
-Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta presentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan kode sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil

	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
-Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi dan sponsor, menurut jenis hasil
-Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
-Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait

Sumber : www.globalreporting.org

2.2.8 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan adalah pendapat para investor pada suatu perusahaan. Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai ukuran khusus bagi para investor dan manajemen berupa nilai pasar sebagai dasar dalam menentukan suatu keputusan yang dapat memakmurkan pemegang saham (Dewi dan Mustikawati, 2018:669). Menurut Husnan dan Pudjiastuti (2012) dalam Fahmi dan Prayoga (2018:277) nilai perusahaan adalah harga yang sanggup dibeli oleh calon konsumen jika perusahaan tersebut dijual, semakin besar nilai perusahaan, maka bertambah tinggi keuntungan yang dicapai oleh pemilik perusahaan.

Untuk memaksimalkan nilai perusahaan, tidak sekedar nilai ekuitas yang diamati namun sumber keuangan juga misalnya utang atau saham preferennya (Jensen, 2001 dalam Mukti, *et al*, 2012:12). Menurut Martono dan Harjito (2005) dalam Hanif dan Odiatma (2020:85) memaksimalkan kemakmuran para pemegang saham bisa juga didefinisikan dengan mengoptimalkan harga saham biasa dari perusahaan. Harga saham yang besar dapat mempengaruhi nilai

perusahaan, sehingga nilai perusahaan juga tinggi, maka tingginya nilai perusahaan akan bertambah besar juga tingkat kesejahteraan para pemegang saham (Akbar dan Purnomo, 2019:665). Bertambahnya nilai perusahaan maka para investor akan berminat untuk menginvestasikan modalnya.

Pada hakekatnya nilai perusahaan memiliki beberapa cara pengukuran, berikut merupakan beberapa cara yang dapat digunakan untuk mengukur nilai perusahaan :

- a. *Price to Book Value* (PBV) dimanfaatkan untuk mengukur kinerja harga saham suatu perusahaan terhadap nilai bukunya. PBV adalah hasil dari pembagian harga saham pada nilai buku saham dalam suatu perusahaan (Mardiyati, 2012 dalam Hanif dan Odiatma, 2020:87). Semakin besar nilai PBV maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan berhasil mewujudkan nilai untuk para pemegang sahamnya. Berikut rumus dari PBV :

$$\text{PBV} = \frac{\text{Harga per Lembar Saham}}{\text{Nilai Buku per Lembar Saham}} \quad (2.9)$$

Jika hasil dari PBV lebih kecil dari 1, menunjukkan bahwa perusahaan gagal menciptakan nilai bagi para pemegang sahamnya.

- b. *Price Earning Ration* (PER) dimanfaatkan untuk mengukur perbandingan antara harga saham perusahaan dengan laba bersih yang didapatkan oleh para pemegang saham selama setahun. Berikut merupakan rumus dari PER:

$$\text{PER} = \frac{\text{Harga Saham}}{\text{Laba Bersih Perusahaan}} \quad (2.10)$$

a. *Tobin's Q* dimanfaatkan untuk mengukur kinerja perusahaan di pasar keuangan. Dalam perhitungan *Tobin's Q* melibatkan seluruh unsur dari utang dan modal saham perusahaan, yang tidak hanya meliputi saham biasa dan ekuitas pemegang saham, namun seluruh aset yang dimiliki oleh perusahaan (Claessens dan Fan, 2002 dalam Setiawati dan Lim, 2018:40). *Tobin's Q* dihitung dengan membandingkan rasio nilai pasar saham dengan nilai buku ekuitas pasar (Weston dan Copeland, 2011 dalam Amin, 2021:15). Rumus pengukuran *Tobin's Q* adalah sebagai berikut:

$$Tobin's Q = \frac{(Market Value of Equity + Liabilities)}{Total Assets} \quad (2.11)$$

Keterangan :

Tobin's Q = Nilai Perusahaan

MVE = Harga penutupan saham akhir tahun x banyak saham biasa beredar

Liabilities = Total Utang

Total Assets = Nilai buku total aktiva

Jika dalam perhitungan *Tobin's Q* nilai perusahaan memperlihatkan angka lebih dari 1, artinya perusahaan mampu memberikan nilai perusahaan yang baik kepada pemegang sahamnya. Namun, apabila angka yang diperlihatkan kurang dari 1, artinya perusahaan tidak memiliki kinerja yang baik.

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Manajemen laba dipandang sebagai suatu cara agar penyajian laba perusahaan dapat terhindar dari respon negatif para investor sehingga dengan memaksimalkan nilai perusahaan melalui laporan keuangan yang dibuat menarik oleh manajemen perusahaan, maka para investor akan tertarik untuk berinvestasi (Jannah dan Wibowo, 2021:30). Namun menurut Indriani, *et al* (2014) penerapan manajemen laba mampu menyusutkan besarnya nilai perusahaan dikarenakan hal tersebut dilakukan secara oportunistik, dan besar kecilnya nilai perusahaan dipengaruhi oleh perencanaan laba yang dilakukan oleh manajer.

Hasil penelitian tentang pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Riswandi dan Yuniarti (2020) diperoleh hasil bahwa manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian dari Jannah dan Wibowo (2021) diperoleh hasil bahwa manajemen laba berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil kedua penelitian tersebut manajemen laba dapat meningkatkan nilai perusahaan apabila manajer menaikkan labanya sebab investor cenderung berfokus pada informasi laba yang disajikan oleh perusahaan. Namun manajemen laba juga dapat menyusutkan nilai perusahaan sebab apabila manajer memilih untuk menurunkan labanya untuk menghindari besarnya pajak yang

akan dibayar perusahaan maka hal tersebut dapat membuat investor lebih memilih perusahaan yang penyajian informasi labanya besar.

2.3.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan akan berpengaruh pada nilai perusahaan dengan dilandasi atas bukti bahwa semakin besar suatu perusahaan maka akan memiliki tingkat kenaikan aset yang tinggi akibatnya untuk perusahaan bisa mendapatkan laba yang akan berpengaruh pada nilai perusahaan. Menurut Pantow dan Trang (2015:970) besarnya ukuran perusahaan akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan pendanaan baik untuk internal maupun eksternal perusahaan.

Hasil penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Mukti, *et al* (2021) diperoleh hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviani, *et al* (2019) diperoleh hasil berbeda yaitu ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari hasil kedua penelitian tersebut ukuran perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan karena perusahaan besar dapat lebih mudah masuk ke pasar modal serta memiliki kemampuan mendapatkan dana dari pihak eksternal namun ukuran perusahaan juga dapat menyusutkan nilai perusahaan karena perusahaan besar akan lebih mudah memperoleh hutang dari pihak

eksternal oleh karena itu investor tidak mau mengambil resiko saat perusahaan memiliki hutang yang berlebih.

2.3.3 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan

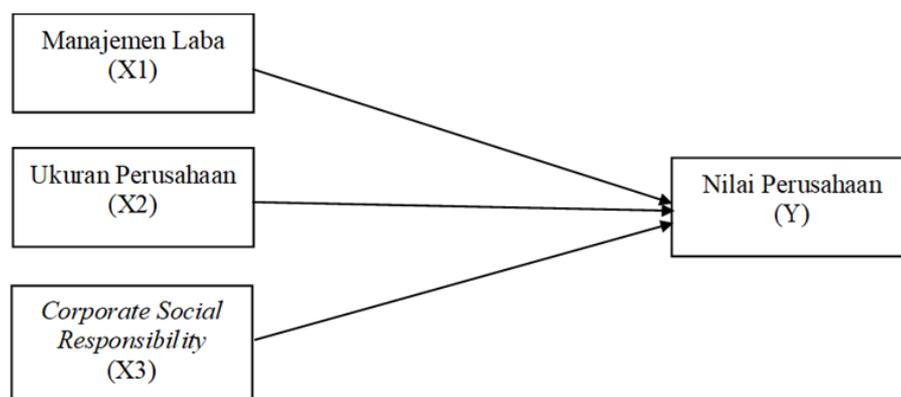
Dengan menerapkan *corporate social responsibility*, perusahaan berkeinginan untuk mencapai legalitas di bidang sosial serta memperoleh penilaian positif dari investor, dengan diperolehnya penilaian positif tersebut pada perusahaan maka akan berakibat pada kinerja keuangan sehingga menambah nilai perusahaan. Nilai perusahaan dapat berkembang secara stabil apabila perusahaan mampu mengindahkan bidang ekonomi, sosial dan lingkungan sebab keberlangsungan hidup perusahaan adalah suatu kesinambungan antara kepentingan perusahaan dengan masyarakat (Mustofa, 2020:54).

Hasil penelitian tentang pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan yang dilakukan oleh Mukti, *et al* (2021) diperoleh hasil bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Stiaji, *et al* (2017) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

Dari kedua hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa apabila pengungkapan *corporate social responsibility* dapat menimbulkan citra yang baik bagi perusahaan sehingga dapat menarik minat investor untuk berinvestasi yang berakibat pada meningkatnya nilai perusahaan. Namun dengan

dilakukannya program-program seperti pengungkapan *corporate social responsibility* ini dapat menambah biaya operasional perusahaan, yang bisa mengakibatkan berkurangnya keuntungan perusahaan serta menurunnya nilai perusahaan.

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pada gambar kerangka pemikiran di atas dapat diartikan bahwa penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh antara manajemen laba, ukuran perusahaan, *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan.

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara tentang rumusan masalah pada suatu penelitian, dimana rumusan masalah dikemukakan dalam bentuk kalimat (Sugiyono, 2013). Dari rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 = Manajemen Laba berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H2 = Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan

H3 = *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan