

**PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP
TINGKAT CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

DANANG HARYUDANTO
NIM. C2C605172

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Danang Haryudanto
Nomor Induk Mahasiswa : C2C605172
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH MANAJEMEN LABA
TERHADAP TINGKAT CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI
PERUSAHAAN**

Dosen Pembimbing : Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, SE., MSi., Akt

Semarang, 23 Mei 2011

Dosen Pembimbing,

(Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, SE., MSi., Akt)

NIP. 19720421 200012 2001

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN

Nama Penyusun : Danang Haryudanto

Nomor Induk Mahasiswa : C2C605172

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH MANAJEMEN LABA
TERHADAPTINGKAT CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI
PERUSAHAAN**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 30 Mei 2011

Tim Penguji :

Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, SE., MSi., Akt. (.....)

Daljono, S.E., M.Si., Akt. (.....)

Dul Muid, S.E., M.Si., Akt. (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda-tangan di bawah ini saya, Danang Haryudanto, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Tingkat *Corporate Social Responsibility* dan Nilai Perusahaan**, adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau penulisan dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik sengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai tulisan saya sendiri ini. Bila di kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 Mei 2011

Yang membuat pernyataan,

(Danang Haryudanto)

NIM. C2C605172

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) The effect of earnings management on the Corporate Social Responsibility (CSR) level, (2) The effect of CSR on firm value, and (3) The effect of earnings management on firm value.

This study use secondary data and the population in this study were manufacture companies listed on the Jakarta Stock Exchange (IDX) during the period 2007 to 2009. The method used in the selection of the sample in this study was purposive sampling, the method of sample selection by using certain criteria.

The results showed that there was no significant effect between the level of earnings management with CSR. Earnings management also had no significantly influence on the value of the company. But CSR levels have a significant impact and positive influence on company value.

Keywords: earnings management, corporate social responsibility, firm value

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Pengaruh manajemen laba terhadap tingkat Corporate Social Responsibility (CSR), (2) Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan, dan (3) Pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dan populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Jakarta (BEI) selama periode 2007 – 2009. Metode yang digunakan dalam pemilihan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu metode pemilihan sampel dengan menggunakan beberapa kriteria tertentu.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara manajemen laba dengan tingkat CSR. Manajemen laba juga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Tetapi tingkat CSR memiliki pengaruh yang signifikan dan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Kata kunci : manajemen laba, *corporate social responsibility*, nilai perusahaan

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang karena rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis akhirnya dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar sarjana strata satu (S1) pada program sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang tahun 2011.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa telah banyak memperoleh bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Mohamad Nasir, M.Si, Akt, Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
2. Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, S.E., M.Si, Akt, selaku Dosen Pembimbing, atas semua waktu, kesabaran, perhatian, semangat, dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis.
3. Faisal, S.E.,M.Si, Akt, selaku Dosen Wali.
4. H. Drs. Sudarno, M.Si, Skt, selaku Dosen Wali pengganti, yang telah memberikan bimbingan dan perhatiannya kepada penulis.
5. Bapak/Ibu Dosen, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bp. Mardowo dan Ibu Syahriani (Ayah dan Ibu tercinta) yang selalu menyemangati saya ketika saya berada di dalam “kesulitan” dan telah mencegah saya dari memilih keputusan yang “salah”.

7. Agung Haryudityo dan dan Raras Haryuningrum (Adik tersayang) serta seluruh keluarga yang telah memberikan bantuan baik moril maupun materiil sehingga membantu penyelesaian skripsi ini.
8. Arindra Belfa Yudha dan Eko Adhi Kurnianto sebagai sahabat yang berperan besar dalam memberi dukungan dan semangat hingga saat ini.
9. Arif Budhi Setiyanto, Adhika Wisnumurti, Dedi Surya Wardhana, Iman Widodo, Pungky Nurdianto, dan Rangga Rizky Mahardika yang juga telah memberikan semangat, masukan, dan pendapat untuk penulis.
10. Teman-teman Akuntansi Reguler II kelas B.
11. Semua pihak yang mungkin tidak dapat disebutkan seluruh namanya dan telah memberi bantuannya dalam penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, untuk itu penulis dengan lapang hati membuka segala bentuk kritik dan saran yang membangun demi tercapainya kesempurnaan tersebut. Besar harapan, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalammu'alaikum WR.WB

Semarang, 23 Mei 2011

Hormat Penulis

Danang Haryudanto

C2C605172

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUANSKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAKSI	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.4 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Pemikiran.....	15
2.4 Hipotesis	15
BAB III : METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Variabel penelitian dan Definisi Operasional Variabel	20
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian	26
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	27
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5 Metode Analisis	28

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN	35
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	35
4.2 Analisis Data	36
4.3 Pembahasan.....	60
BAB V : PENUTUP	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	64
5.3 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Prosedur Pemilihan Sampel	45
Tabel 4.2 : Analisis Statistik Deskriptif	46
Tabel 4.3 : Uji Normalitas Model 1	53
Tabel 4.4 : Uji Normalitas Model 1 Perbaikan	54
Tabel 4.5 : Uji <i>Glejser</i> Model 1	55
Tabel 4.6 : Uji Autokorelasi Model 1	56
Tabel 4.7 : Uji Normalitas Model 2	59
Tabel 4.8 : Uji Normalitas Model 2 Transformasi	60
Tabel 4.9 : Data Outliers Model 2	33
Tabel 4.10 : Uji Normalitas Model 2 (110 data)	61
Tabel 4.11: Uji Heteroskedastisitas Model 2 (110data)	63
Tabel 4.12: Uji Multikolinearitas Model 2 (110 data)	64
Tabel 4.13: Uji Autokorelasi Model 2 (110 data)	65
Tabel 4.14: Uji Goodness of Fit Model 1	67
Tabel 4.15: Uji Goodness of Fit Model 2	68
Tabel 4.16 : Uji F Model 1	68
Tabel 4.17 : Uji F Model 2	68
Tabel 4.18 : Uji Hipotesis 1	68
Tabel 4.19 : Uji Hipotesis 2 dan 3	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 :Kerangka Pemikiran.....	58
Gambar 4.1 : Uji Normalitas dengan Histogram Model 1.....	62
Gambar 4.2 : Uji Normalitas dengan P Plot Model 1	62
Gambar 4.3 : Uji Normalitas dengan Histogram Model 1 Perbaikan	62
Gambar 4.4 : Uji Normalitas dengan P Plot Model 1 Perbaikan	62
Gambar 4.5 : Uji Heteroskedastisitas Model 1	62
Gambar 4.6 : Uji Normalitas dengan Histogram Model 2.....	62
Gambar 4.7 : Uji Normalitas dengan P Plot Model 2	62
Gambar 4.8 : Uji Normalitas dengan Histogram Model 2 Transformasi....	62
Gambar 4.9 : Uji Normalitas dengan P Plot Model 2 Transformasi.....	62
Gambar 4.10 : Uji Normalitas dengan Histogram Model 2 Transformasi dan drop outliers.....	62
Gambar 4.11 : Uji Normalitas dengan P Plot Model 2 Transformasi dan drop outliers.....	62
Gambar 4.12 : Uji Heteroskedastisitas Model 2 (110 data).....	62

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan yang sering dijadikan sebagai dasar untuk menilai kinerja dari suatu perusahaan merupakan alat yang digunakan oleh manajemen untuk menunjukkan pertanggungjawaban kinerjanya kepada investor, kreditor, pemasok, karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah. Laporan keuangan dapat menunjukkan apakah sebuah perusahaan memiliki kinerja yang bagus atau tidak sehingga dapat membantu *stakeholder* untuk membuat keputusan (Healy and Wahlen, 1999).

Karena pentingnya laporan keuangan dalam menunjukkan kinerja perusahaan, maka banyak perusahaan yang berusaha untuk menyetatkan investor atau pemilik perusahaan dengan memanfaatkan kurangnya informasi yang diterima investor. Menurut Healy dan Palepu (1993) ada tiga alasan manajemen akan melakukan hal tersebut, yaitu : manajer memiliki lebih banyak informasi tentang strategi dan operasi bisnis yang dikelolanya, kepentingan manajer yang tidak selaras dengan investor, dan tidak sempurnanya aturan akuntansi dan audit.

Salah satu cara yang sering digunakan untuk menyetatkan pemilik perusahaan adalah dengan melakukan manajemen laba. Manajemen laba merupakan manipulasi yang paling aman karena kegiatan manajemen laba merupakan hal yang legal dan tidak melanggar prinsip akuntansi diterima umum. Walaupun legal dan terlihat aman, tetapi manajemen laba memiliki dampak

yang merugikan bagi perusahaan bila perusahaan ketahuan melakukan kegiatan tersebut. Konsekuensi bila manajer melakukan manajemen laba adalah manajer dapat kehilangan reputasi, pekerjaan, dan karirnya. Sedangkan konsekuensi bagi perusahaan adalah adanya ancaman tindakan yang tidak menyenangkan dari karyawan, kesalahpahaman dari pelanggan, tekanan dari investor, pemutusan hubungan dari rekan kerja perusahaan, tuntutan hukum dari aparat, boikot dari aktivis, pandangan sinis dari masyarakat, dan pengungkapan dari media yang pada akhirnya akan menghancurkan reputasi perusahaan (Fombrun *et al.*, 2000). Konsekuensi jangka panjangnya adalah perusahaan akan kehilangan dukungan dari *stakeholder* yang berujung pada meningkatnya kewaspadaan dan kecurigaan dari *shareholder* dan *stakeholder* lainnya (Zahra *et al.*, 2005).

Untuk menghindari kecurigaan dari *stakeholder*, manajer membuat suatu kebijakan untuk ditunjukkan kepada *stakeholder* melalui praktek *corporate social responsibility* (CSR). Praktik CSR berkaitan dengan pertanggungjawaban moral yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan seperti perlindungan terhadap lingkungan, manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keamanan saat bekerja, relasi dengan komunitas lokal, dan menjaga hubungan dengan pemasok dan pelanggan (Castelo and Lima, 2006).

Dalam melakukan kegiatan CSR, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan *stakeholder* sekaligus meningkatkan reputasi. Ketika perusahaan telah memiliki reputasi yang positif, maka perusahaan tersebut akan diterima oleh masyarakat secara luas dan dapat meningkatkan kemampuan perusahaan untuk

menegosiasikan kontrak yang lebih baik dengan pemasok dan pemerintah (Fombrun *et al.*, 2000).

Maka dari itu, hasil yang didapat perusahaan dari mempraktekkan CSR yaitu perusahaan akan mendapatkan banyak dukungan dari berbagai macam *stakeholder* yang mendapat keuntungan dari praktek CSR yang dilakukan perusahaan. Selain itu perusahaan juga akan mendapat perlakuan yang lebih baik dari pemerintah, mendapat dukungan dari kelompok aktivis, mendapat legitimasi dari masyarakat, dan mendapat pemberitaan yang baik dari media (Castelo and Lima, 2006).

Karena besarnya dampak dan keuntungan dari CSR, kita dapat menarik dugaan bahwa CSR tersebut digunakan untuk menutupi kekurangan manajemen perusahaan, salah satunya adalah kegiatan manajemen laba. Manajemen yang melakukan manajemen laba bisa melakukan proyek yang ramah lingkungan dan membantu masyarakat melalui CSR. Dengan taktik ini, manajer tersebut dapat mengurangi kemungkinan dipecat bila diketahui melakukan manajemen laba. Dalam hal ini, CSR digunakan sebagai *entrenchment mechanism* (Cespa and Cestone, 2007). *Entrenchment mechanism* adalah suatu perilaku seseorang yang bekerja hanya untuk mengamankan posisi pekerjaannya sehingga orang tersebut akan berusaha untuk menggali (*entrenching*) dan tetap pada posisinya agar tidak mudah dipecat atau diambil posisinya oleh orang lain walaupun sudah tidak kompeten lagi (Jensen and Ruback, 1983).

Penelitian ini memperluas penelitian dari penelitian Prior, dkk (2007) dengan menambah variabel nilai perusahaan untuk mengukur citra dan nilai

perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai pasar. Variabel ini penting diteliti karena, nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan tersebut. Variabel ini juga diprediksi akan dipengaruhi oleh perusahaan yang melakukan CSR sekaligus manajemen laba.

Ketika perusahaan mengungkapkan CSR, nilai perusahaan dapat meningkat. Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zuhroh dan Putu (2003). Oleh karena itu variabel CSR oleh perusahaan yang melakukan manajemen laba diprediksi akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

1.2 Rumusan Masalah

CSR merupakan salah satu alat yang cukup berpengaruh untuk menarik simpati dan dukungan dari *stakeholder*. Oleh karena itu, manajer yang melakukan manajemen laba akan terdorong untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hubungan sosial dan lingkungan yang digunakan untuk mendongkrak citra perusahaan.

Dari fenomena di atas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut :

1. *Apakah perusahaan yang melakukan manajemen laba akan meningkatkan kegiatan CSR sehingga memiliki tingkat CSR yang tinggi ?*
2. *Apakah tingkat CSR akan mempengaruhi nilai perusahaan ?*

3. *Apakah manajemen laba akan mempengaruhi nilai perusahaan ?*

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh manajemen laba terhadap kebijakan CSR di dalam perusahaan. Sedangkan manfaat dari penelitian ini antara lain:

1. Bagi peneliti, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam pengembangan teori terutama yang menyangkut masalah manajemen laba dan CSR.
2. Bagi *stakeholder*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagipara *stakeholder* agar selalu memperhatikan setiap kebijakan yang dibuat manajemen terutama terkait dengan CSR.

1.4 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi ini disusun secara sistematis ke dalam lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN, bab ini akan menjelaskan tentang latar belakang penelitian, tujuan, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan skripsi ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, bab ini berisi landasan teori yang menguraikan pengertian dari manajemen laba, CSR, dan nilai perusahaan. Bab ini juga berisi kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis penelitian yang disajikan dalam penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN, menguraikan tentang variabel penelitian, definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data serta metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini akan menguraikan tentang hasil dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP, bab ini berisi kesimpulan yang dapat ditarik dari uraian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya disertai dengan saran-saran perbaikan yang diharapkan dapat berguna bagi pembaca. Bab ini juga menguraikan keterbatasan hasil penelitian dan implikasi hasil penelitian terhadap penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan dan Manajemen Laba

Teori keagenan dapat menjelaskan mengapa terjadi manajemen laba. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan dalam teori keagenan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah hubungan kontrak antara investor (*principal*) dengan manajer (*agent*). Hubungan kontrak tersebut dijelaskan oleh Anthony dan Govindarajan (1995) sebagai hubungan *principal* yangmemperkerjakan *agent* untuk melakukan tugas demi kepentingan *principal*. Pada kenyataannya *principal* dan *agent* memiliki kepentingan yang berbeda.

Konflik kepentingan bisa terjadi karena ada kemungkinan *agent* tidak selalu berbuat demi kepentingan *principal*. Menurut Eisenhardt (1989) dalam teori keagenan terdapat tiga asumsi sifat manusia, yaitu : (1) pada dasarnya manusia mementingkan diri sendiri (*self-interest*), (2) daya pikir manusia mengenai persepsi masa depan sangat terbatas (*bounded rationality*), dan (3) manusia selalu berusaha untuk menghindari resiko (*risk averse*). Berdasarkan sifat manusia tersebut, manajer sebagai manusia juga akan melakukan tindakan yang mengutamakan kepentingan pribadinya (Haris, 2004).

Manajemen yang mengetahui lebih banyak informasi dalam perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan dengan pemilik perusahaan berkewajiban memberikan laporan mengenai kondisi perusahaan

kepada pemilik perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan sangat penting bagi pihak luar manajemen karena pihak ini berada dalam kondisi ketidakpastian informasi yang paling besar mengenai kondisi perusahaan (Irfan, 2002). Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan tersebut dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba untuk menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Merchan (1989) dalam Merchan dan Rockness (1994) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan. Copeland (1968) juga mendefinisikan manajemen laba sebagai “*some ability to increase or decrease reported net income at will*”. Selain itu, definisi manajemen laba dibagi dua oleh Sugiri (1998), yaitu :

1. Definisi sempit

Manajemen laba didefinisikan secara sempit sebagai perilaku manajer dalam memainkan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya laba dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi.

2. Definisi luas

Manajemen laba didefinisikan secara luas sebagai tindakan manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit usahadi tempat manajer tersebut bertanggungjawab tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang tersebut.

Ada beberapa alasan manajemen melakukan manajemen laba menurut Ma'ruf (2006). Pertama, manajer perusahaan melakukan manajemen laba untuk meningkatkan kepercayaan pemegang saham. Dalam pandangan pemegang saham, tingkat keuntungan atau laba yang dicapai oleh manajemen menunjukkan kinerja yang dilakukan oleh manajemen sehingga pemegang saham akan percaya bahwa kinerja manajemen perusahaan bagus karena tingkat labanya yang tinggi. Kedua, perusahaan yang tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya akan berusaha untuk mengindarnya dengan membuat kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan maupun laba sehingga memberi posisi yang lebih baik dalam negosiasi penjadwalan utang dengan pihak kreditor. Ketiga, laba yang tinggi dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR didefinisikan oleh Ebert (2003) dalam Rosmasita (2007) sebagai suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok maupun individu di dalam lingkungan perusahaan tersebut yang termasuk di dalamnya yaitu pelanggan, perusahaan lain, karyawan, dan investor. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela, belum diaudit, dan tidak dipengaruhi peraturan tertentu. Dalam laporan tahunan tersebut CSR biasanya masuk dalam bagian *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial, kinerja organisasi dan pengaruh produknya di masyarakat.

Dalam pelaksanaan CSR, perusahaan bisa dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Pengkategorian ini memiliki tujuan untuk memotivasi perusahaan untuk mengembangkan program CSR dan dapat pula dijadikan sebagai referensi untuk menentukan model CSR yang tepat (Suharto, 2007). Dengan dua pendekatan, masing-masing memiliki empat kategori perusahaan.

1. Kategori perusahaan berdasarkan proporsi keuntungan dan besarnya anggaran CSR :

- a. Perusahaan Minimalis, perusahaan yang memiliki laba dan anggaran CSR yang rendah.
- b. Perusahaan Ekonomis, perusahaan yang memiliki laba yang tinggi tapi anggaran untuk CSR-nya rendah.
- c. Perusahaan Humanis, perusahaan yang labanya rendah tapi anggaran CSR-nya relatif tinggi.
- d. Perusahaan Reformis, perusahaan yang memiliki laba dan anggaran CSR yang tinggi.

2. Kategori perusahaan berdasarkan tujuan CSR :

- a. Perusahaan Pasif, perusahaan yang menerapkan CSR tanpa tujuan yang jelas, bukan untuk promosi maupun pemberdayaan. Perusahaan ini biasanya memandang promosi dan CSR kurang bermanfaat.
- b. Perusahaan Impresif, perusahaan yang mengutamakan penggunaan CSR untuk promosi daripada untuk pemberdayaan.

- c. Perusahaan Agresif, perusahaan yang mengutamakan penggunaan CSR untuk pemberdayaan daripada promosi.
- d. Perusahaan Progresif, perusahaan yang menerapkan CSR untuk tujuan promosi sekaligus pemberdayaan.

Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) mengatakan mengatakan bahwa CSR terbagi menjadi 3 kategori yaitu kinerja ekonomi, kinerja lingkungan, dan kinerja sosial. Sedangkan penelitian ini mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan CSR berdasarkan standar GRI (Global Reporting Initiative). GRI adalah sebuah organisasi berbasis jaringan yang telah memelopori kerangka kerja laporan berkelanjutan (*sustainability reporting*) yang telah banyak digunakan oleh banyak perusahaan di seluruh dunia (www.globalreporting.org). Tujuan GRI meliputi pembuatan patokan global untuk pengungkapan tentang kinerja lingkungan, sosial, dan pemerintahan. Indikator pengungkapan yang terdapat dalam GRI yaitu:

- a. Indikator Kinerja Ekonomi
- b. Indikator Kinerja Lingkungan
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
- e. Indikator Kinerja Sosial/Kemasyarakatan
- f. Indikator Kinerja Produk

Dalam penelitian ini, kategori indikator yang digunakan adalah indikator kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori indikator kinerja sosial

mencakup indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

CSR merupakan salah satu strategi bisnis jangka panjang yang melibatkan internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, ada beberapa alasan perusahaan melakukan CSR (Deegan dan Blomquist, 2001; Hasnas, 1998; Ullman, 1985; Patten, 1992; dalam Basamalah et al, 2005), yaitu :

1. Menaati peraturan yang ada.
2. Untuk memperoleh keunggulan kompetitif dan meningkatkan citra.
3. Memenuhi ketentuan kontrak pinjaman.
4. Memenuhi ekspektasi masyarakat.
5. Melegitimasi tindakan perusahaan.
6. Menarik investor.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai nilai perusahaan adalah nilai pasar. Bila nilai saham perusahaan di pasar modal meningkat maka tingkat kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat. Oleh karena itu, pemegang saham akan menyerahkan pengelolaannya kepada pihak profesional, dalam hal ini manajemen perusahaan untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimum (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan atau dikenal juga sebagai *enterprise value* (EV) atau *firm value*

merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli seandainya perusahaan tersebut dijual. Sedangkan Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahudin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Tujuan manajemen keuangan pada dasarnya adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham akan meningkat dan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Dapat disimpulkan bahwa nilai saham dapat menjadi patokan yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan.

Suatu perusahaan akan mendapat nilai baik bila kinerja baik dan nilai perusahaan dapat dilihat dari harga sahamnya. Hal itu dikarenakan tujuan utama perusahaan adalah untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham (Gapensi, 1996 dalam Wahidahwati, 2002).

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini antara lain :

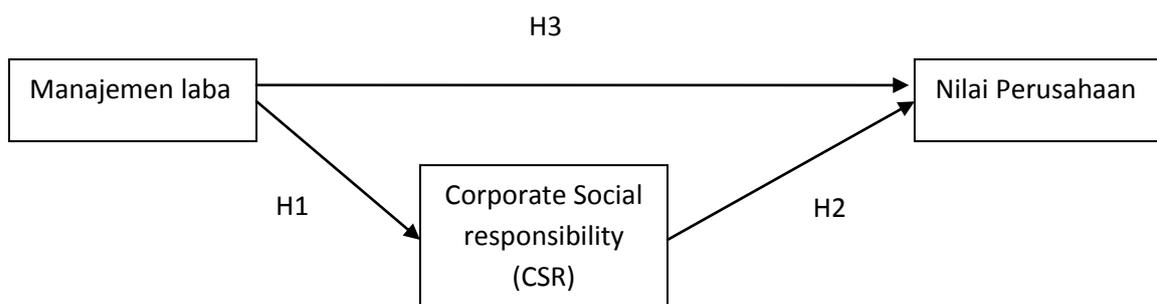
Penelitian yang dilakukan oleh Diego Prior, Jordi Surroca, dan Josep A. Tribo. Mereka meneliti tentang hubungan antara manajemen laba dengan CSR pada perusahaan yang masuk dalam database milik SiRi (Sustainable Investment Research International Company). Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan *stakeholder* melalui kebijakan CSR. Hasil dari penelitian mereka adalah ada pengaruh positif dan signifikan antara manajemen laba dengan CSR.

Nurlela dan Islahudin (2008) yang meneliti tentang pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Mereka mengambil sampel dari perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEJ (sekarang BEI) selama tahun 2005 berjumlah 340 perusahaan. Setelah dianalisis ternyata hanya menggunakan 41 perusahaan di dalam penelitian mereka. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Viola Herawaty (2008) tentang peran praktek *corporate governance* sebagai *moderating variable* dari pengaruh earning management terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

2.3.1 Pengaruh Manajemen laba terhadap CSR

Manajemen laba yang didefinisikan oleh Copeland (1968) sebagai, “*some ability to increase or decrease reported net income at will*” berarti kemampuan manajemen untuk meningkatkan atau mengurangi laba bersih yang dilaporkan sesuka hati. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan perbedaan informasi yang diterima oleh manajemen dan pemilik perusahaan. Dalam teori keagenan yang dijelaskan oleh Anthony dan Govindarajan (1995), hubungan *principal* (pemilik perusahaan) dengan *agent* (manajer) adalah *principal* memperkerjakan

agent agar melakukan tugas untuk kepentingan *principal*. Dalam teori ini *principal* dan *agent* memiliki tujuan yang berbeda sehingga terjadi konflik kepentingan. Pihak pemilik perusahaan tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja manajer dan keadaan perusahaan, sedangkan manajer sendiri memiliki informasi yang cukup banyak tentang keadaan perusahaan. Dengan didorong oleh kepentingannya sendiri, akhirnya manajer dapat memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba yang membuat laporan keuangan yang dilaporkan saat itu tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Sebagai konsekuensinya, pemilik perusahaan tidak dapat membuat keputusan investasi secara optimal.

Ketika pemilik perusahaan atau *shareholder* menemukan indikasi terjadinya manajemen laba di dalam perusahaannya, maka nilai perusahaan langsung turun drastis di dalam pasar saham (Dechow and Sweeney, 1996). Tentu saja hal tersebut akan berdampak sangat serius terhadap pemilik perusahaan dan *stakeholder* yang lainnya. Ketika hal tersebut terjadi, maka *stakeholder* akan melakukan aksi yang akan mengancam keberadaan manajemen.

Usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dan lingkungan sosial masyarakat, dalam hal ini corporate social responsibility (CSR). Untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut, kegiatan CSR yang biasa dilakukan adalah : memasukkan aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif,

meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan melalui kegiatan daur ulang dan pengurangan polusi dan limbah, atau dengan mempercepat tujuan dari organisasi masyarakat (McWilliams *et al.*, 2006).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prior, dkk (2007), mereka menyatakan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan *stakeholder* melalui kebijakan CSR.

Manajer percaya bahwa dengan memenuhi kepuasan *stakeholder* dan mewujudkan kesan yang baik terhadap lingkungan dan sosial maka kecurigaan dan kewaspadaan dari *stakeholder* dapat dikurangi sehingga kemungkinan untuk diamati oleh *stakeholder* yang sudah puas juga dapat dikurangi.

Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H1 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap tingkat CSR.

2.3.2 Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable*). Tujuan tersebut dapat tercapai bila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam CSR penerapan dimensi tersebut mutlak dilakukan sebagai pertanggungjawaban dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka tingkat pengungkapan informasi sosial yang

dilakukan perusahaan juga semakin tinggi (Bowman & Harie dan Preston, 1976, dalam Hackston & Milne, 1996, dalam Anggraini, 2006).

Dalam survei yang dilakukan oleh Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen akan meninggalkan produk dari perusahaan yang mempunyai citra buruk. Sebenarnya dalam melaksanakan CSR, perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan, antara lain perusahaan akan diminati investor dan mendapat dukungan dari aktivis maupun masyarakat.

Dalam penelitian terdahulu, Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan *go public* berpengaruh terhadap nilai saham perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *high profile*. Dari hasil penelitian itu dapat dikatakan bahwa investor langsung merespons dengan baik setiap informasi-informasi sosial yang ditunjukkan perusahaan dalam laporan tahunan.

Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 : Tingkat CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3.3 Pengaruh Manajemen Laba terhadap nilai perusahaan

Para pemegang saham atau pemilik perusahaan hanya bisa mengandalkan laporan dari manajemen perusahaan untuk mengetahui keadaan perusahaannya. Sedangkan manajer sebagai pengelola perusahaan mengetahui lebih banyak informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang sehingga menimbulkan kesenjangan informasi. Kondisi ini sering disebut sebagai asimetri

informasi (Jensen dan Meckling, 1976). Karena adanya asimetri informasi inilah pemilik perusahaan tidak dapat mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya sehingga manajemen perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan manajemen laba. Pada dasarnya manajer melakukan manajemen laba untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kegiatan ini sebenarnya dapat meningkatkan nilai perusahaan pada periode tertentu tapi juga dapat menurunkan nilai perusahaan di masa mendatang.

Manajemen laba yang dilakukan manajer dilakukan dengan cara intervensi pada penyusunan laporan keuangan berdasarkan akuntansi akrual pada faktor fundamental perusahaan. Pada akhirnya laporan keuangan tersebut akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang selanjutnya akan mempengaruhi kinerja saham (Haris, 2004).

Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel yang lain sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Pada hipotesis pertama, penelitian ini menggunakan tingkat CSR sebagai variabel dependendan manajemen laba sebagai variabel independennya. Sementara pada hipotesis kedua dan ketiga, variabel dependennya adalah nilai perusahaan dan variabel independen yang digunakan adalah manajemen laba dan tingkat CSR. Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel akan diuraikan sebagai berikut.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

3.1.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel dependen pada hipotesis pertama dan sebagai variabel independen pada hipotesis kedua..CSR adalah suatu usaha perusahaan untuk

menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok maupun individu di dalam lingkungan perusahaan tersebut yang termasuk di dalamnya yaitu pelanggan, perusahaan lain, karyawan, dan investor (Ebert, 2003).

Karena masih sedikit perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka data variabel CSR yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan dihitung dengan menggunakan *CSR disclosure Index* (CSRI). Pengukuran CSRI dalam penelitian ini akan mengikuti standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Indikatornya adalah sebagai berikut :

- g. Indikator Kinerja Ekonomi
- h. Indikator Kinerja Lingkungan
- i. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
- j. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
- k. Indikator Kinerja Sosial/Kemasyarakatan
- l. Indikator Kinerja Produk

Dalam penelitian ini, kategori indikator yang digunakan adalah indikator kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori indikator kinerja sosial mencakup indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Untuk menghitung CSRI dilakukan dengan cara menghitung dari setiap item CSR dalam instrumen penelitian. Setiap item diberi nilai 1 bila diungkapkan

dan 0 bila tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005). Kemudian skor tersebut dijumlah dan dibagi dengan jumlah item dari setiap jenis perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut: (Haniffa et al, 2005)

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

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

3.1.2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen pada hipotesis kedua dan ketiga. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. Wahyudi (2005) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli seandainya perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan ini dihitung dengan menggunakan model Tobin's Q. Rasio yang dikembangkan oleh James Tobin (1967) ini menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini. Bila rasio Q di atas satu maka hal ini menunjukkan bahwa

investasi dalam aktiva akan menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi dari pengeluaran investasi, hal ini akan menarik investasi baru. Sedangkan bila rasio Q di bawah satu maka investasi dalam aktiba tersebut tidak menarik (Herawaty, 2008).

Rasio Q ini dapat menunjukkan ukuran yang lebih teliti tentang seberapa efektif manajemen perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya ekonomi yang dikelolanya. Penelitian yang dilakukan oleh Copelan (2002), Lindenberg dan Ross (1981) yang dikutip oleh Darmawati (2004) dalam Herawaty (2008), menunjukkan bagaimana penerapan rasio Q ini terhadap masing-masing perusahaan yang diteliti. Dari penelitian mereka dapat ditemukan beberapa perusahaan yang dapat mencapai rasio Q yang lebih dari satu. Dalam teori ekonomi, perusahaan yang memiliki rasio Q lebih besar dari satu akan menarik arus sumber daya dan kompetisi baru sampai rasio Q mendekati satu.

Penghitungan nilai perusahaan menggunakan rumus :

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham yang beredar)

Closing price (harga penutupan saham) adalah harga saham yang diperoleh pada saat penutupan perdagangan pada akhir periode perdagangan di bursa saham.

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total aktiva

3.1.2.3 Manajemen Laba

Variabel independen yang akan digunakan pada hipotesis pertama dan ketigadalam penelitian ini adalah manajemen laba. Merchan (1989) dalam Merchan dan Rockness (1994) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan.

Manajemen laba dalam penelitian ini dideteksi menggunakan model *modified Jones* (1991) dengan proksi akrual diskresioner (*discretionary current accrual*). Model *modified Jones* (1991) digunakan dalam penelitian ini karena dianggap model paling baik dalam mendeteksi manajemen laba.

Langkah-langkah perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Mencari nilai a1, a2 dan a3

Perhitungan a1, a2 dan a3 dilakukan dengan teknik regresi. Regresi ini adalah untuk mendeteksi adanya *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*.

2. Menghitung *Discretionary Accruals* (DA)

Perhitungan *Discretionary Accruals* (DA) dilakukan dengan memasukkan nilai α_1 , α_2 dan α_3 yang diperoleh dari regresi. Perhitungan dilakukan untuk seluruh sampel perusahaan pada masing-masing periode. Untuk perhitungan selanjutnya, nilai DA yang digunakan adalah nilai absolut dari DA.

Dalam mencari *discretionary accruals*, harus dicari total akrual perusahaan terlebih dahulu dengan persamaan sebagai berikut :

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

Keterangan:

TA_{it} : Total akrual perusahaan i pada tahun ke t .

NI_{it} : Laba bersih sebelum pos luar biasa perusahaan i pada tahun ke t .

OCF_{it} : Aliran kas operasi perusahaan i pada tahun ke t .

Dalam model *modified Jones* (1991) total akrual perusahaan dibagi dua, yaitu *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*. Untuk menghitung *discretionary accruals* dapat menggunakan persamaan berikut :

$$TA_{it} = NDA_{it} + DA_{it}$$

$$NDA = \alpha_1 (1/A_{it-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it} / A_{it-1}) + \alpha_3 (PPE_{it} / A_{it-1})$$

$$TA_{it} / A_{it-1} = \alpha_1 (1/A_{it-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it} / A_{it-1}) + \alpha_3 (PPE_{it} / A_{it-1}) + \varepsilon$$

Keterangan:

TAit : Total akrual perusahaan i pada tahun ke t.

Ait : total aktiva perusahaan i pada tahun ke t-1

Δ REVit : perubahan pendapatan perusahaan i pada tahun ke t

Δ RECit : perubahan perusahaan i pada tahun ke t

PPEit : aktiva tetap perusahaan i pada tahun ke t

ε it : *error term* perusahaan i pada tahun ke t

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Hal ini dilakukan dengan alasan perusahaan manufaktur biasanya banyak melakukan kegiatan CSR dan pengaruhnya terhadap lingkungan sekitarnya lebih besar daripada jenis perusahaan lain.

Sedangkan periode waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode tahun 2007 sampai 2009 dengan alasan pada tahun tanggal 20 Juli 2007 telah dikeluarkan UU PT tentang diwajibkannya CSR bagi Perseroan Terbatas. Penelitian ini menganggap CSR yang dikeluarkan pada tahun sebelum 2007 tidak sesuai kriteria penelitian.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan variabel penelitian. Kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2007 – 2009.
2. Menyediakan laporan tahunan yang lengkap selama tahun 2007 – 2009.
3. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengambil dari pihak ketiga yang telah mengumpulkan datanya terlebih dahulu. Data diperoleh dari pojok BEI UNDIP. Sedangkan sumber data yang digunakan yaitu laporan tahunan perusahaan periode tahun 2007 – 2009 dan data ICMD tahun 2009 dan 2010.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Data dalam laporan tahunan ditelusuri dengan menggunakan instrumen penelitian berupa *check list* pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Sedangkan dari data ICMD dicari nilai saham perusahaan dari tahun sebelum 2007 untuk dicari nilai perusahaan dan data untuk mengukur tingkat manajemen labanya per tahun.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga digunakan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan di dalam model ini benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2005).

Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan langkah kerja yang sama dengan uji regresi.

3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebagai contoh diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Ghozali, 2005).

Pada dasarnya normalitas dapat dideteksi dengan melihat titik-titik (penyebaran data) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan cara melihat histogram dari residualnya. Dari hasil pengamatan dapat diambil dua keputusan (Ghozali, 2005) :

- a. Bila data menyebar pada sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.
- b. Bila data menyebar jauh dari diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tersebut tidak memenuhi asumsi normalitas.

Uji normalitas dengan menggunakan grafik dapat menyesatkan bila tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya (Ghozali, 2005). Oleh sebab itu selain uji grafik dianjurkan untuk melengkapinya dengan uji statistik. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2005). Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.5.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Dalam Uji Asumsi Klasik, Uji Heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Jika varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas sedangkan jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model yang baik adalah Homoskedastisitas.

Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan nilai residualnya SRESID. Deteksi ada atau tidaknya pola tertentu ada pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED yang pada sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$) yang telah di-*studentized*. Dasar analisisnya :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dengan metode grafik biasa dipergunakan walaupun dapat menimbulkan bias. Hal ini dikarenakan oleh perbedaan pengamatan antara pengamat satu dengan pengamat yang lain sehingga dapat menimbulkan perbedaan persepsi. Oleh karena itu, penggunaan uji statistik diharapkan dapat menghilangkan unsur bias tersebut. Salah satu uji statistik yang biasa dipergunakan adalah Uji Glejser.

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya (Gujarati,2003). Untuk melakukan Uji Glejser harus mendapatkan nilai *residual unstandardized* dari persamaan regresi awal dulu. Jika variabel bebas signifikan mempengaruhi variabel terikat (atau F hitung) berarti ada Heteroskedastisitas.

3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya (Ghozali, 2005). Uji autokorelasi hanya dilakukan pada data time series (runtut waktu) dan tidak perlu dilakukan pada data cross section seperti pada kuesioner yang pengukuran semua variabelnya dilakukan secara serempak pada saat yang bersamaan. Model regresi pada penelitian di Bursa Efek Indonesia yang periodenya lebih dari satu tahun biasanya memerlukan uji autokorelasi.

3.5.2 Analisis Deskriptif

Untuk analisis deskriptif menggunakan statistik deskriptif yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan CSR, manajemen laba, dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan *standard deviation*.

3.5.3 Analisis Regresi

Dalam penelitian ini terdapat dua model regresi yang akan dianalisis, yaitu :

Model pertama adalah model pengaruh antara manajemen laba terhadap CSR dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*) dengan persamaan sebagai berikut:

$$CSR = a + b_1 \text{Manajemen laba} + e$$

Model kedua dalam penelitian ini adalah mencari pengaruh antara manajemen laba dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*) dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai perusahaan} = a + b_1 \text{Manajemen laba} + b_2 \text{CSR} + e$$

Keterangan :

a = Konstanta

$b_1 . b_2$ = Koefisien regresi

e = Error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Pada dasarnya analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan variabel independen dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2005).

Dengan menggunakan Goodnes of fit, ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur. Setidaknya hal ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Penghitungan statistik tersebut akan disebut signifikan secara statistik bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah H_0 ditolak). Dan sebaliknya bila nilai uji statistiknya berada di dalam daerah H_0 diterima akan diebut tidak signifikan(Ghozali, 2005).

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen(Ghozali, 2005).

Ada kelemahan yang mendasar dalam penggunaan koefisien determinasi yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan ke dalam model. Setiap ada tambahan satu variabel maka R^2 pasti akan meningkat tanpa peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen atau tidak. Maka dari itu, banyak peneliti yang menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted* R^2 pada saat mengevaluasi mana model regresi

terbaik. Nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun sesuai kondisi bila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2005).

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen, secara individual, dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005). Dasar pengambilan keputusannya adalah :

- a. Bila $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen atau dalam hal ini hipotesis ditolak.
- b. Bila $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$, maka variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen atau dalam hal ini hipotesis diterima.

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan cocok atau tidak (Ghozali, 2005). Dasar dalam pengambilan keputusannya adalah :

- a. Bila $F\text{-hitung} < F\text{-tabel}$, maka model regresi tidak cocok (hipotesis ditolak).
- b. Bila $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$, maka model regresi cocok (hipotesis diterima).