

# **BAB 11**

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **1.1 TINJAUAN TEORY**

#### **1.1.1 Teory Stakeholder**

Konsep teori stakeholder menekankan pada pentingnya manajemen melakukan koordinasi dengan seluruh pihak yang berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan, karena keberlangsungan perusahaan sangat bergantung dengan keberadaan stakeholders (Daniri, 2014).

Teori stakeholder merupakan teori yang mengungkapkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional tidak hanya berfokus pada kepentingan sendiri, akan tetapi harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholder). Teori stakeholder menyatakan bahwa dukungan dari para stakeholder dapat mempengaruhi kelangsungan hidup suatu entitas dalam menjalankan kegiatan bisnisnya (Ningrum Pristya, 2017). Secara singkat teori stakeholder adalah tidakan tanggung jawab dari manajer perusahaan terhadap lingkungan usah yang ada. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap, organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari shareholders kepada stakeholders telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan.

Stakeholder sendiri adalah sekelompok orang-orang atau individu yang mampu memberikan pengaruh atau sebaliknya, terkena dampak atas keberhasilan ataupun kegagalan dari suatu aktivitas perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk lebih memperhatikan dan bertanggung jawab dalam menyikapi harapan stakeholdersnya (investor, kreditor, masyarakat, dan pihak lainnya). Dengan melakukan kegiatan yang tidak hanya untuk menguntungkan laba tetapi juga melakukan kegiatan sosial dan tanggung jawab lingkungan merupakan bentuk tanggung jawab terhadap para stakeholder.

Bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap stakeholder adalah dengan memperhatikan kondisi lingkungan dan sosialisasi masyarakat. Dalam hal ini, perusahaan menyampaikan dengan sukarela terkait investasi lingkungan yang sudah dilakukan sebagai bukti kepada masyarakat atas bentuk kepeduliannya dalam melestarikan lingkungan (Ningrum Pristya, 2017). Pada umumnya, stakeholder seringkali memberikan tekanan pada perusahaan agar melakukan kerjanya dengan baik. Tanggung jawab perusahaan yang semula diukur sebatas pada indikator ekonomi (economic focus) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor lingkungan dan sosial terhadap stakeholder, baik internal maupun eksternal (Hadi, 2011).

Teori stakeholder menunjukkan bahwa aktivitas CSR dapat menjadi elemen yang menguntungkan sebagai strategi perusahaan, memberikan kontribusi kepada manajemen risiko dan memelihara hubungan yang dapat memberikan keuntungan jangka panjang perusahaan, dan ditambah penelitian sebelumnya dari (Indrawan, 2011) yang menunjukkan adanya pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan.

### **1.1.2 Teori Legitimasi**

Teori legitimasi merupakan salah satu teori yang paling banyak disebutkan dalam bidang akuntansi lingkungan dan akuntansi sosial. Teori ini menjelaskan dan memahami bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus dapat memperhatikan norma-norma sosial masyarakat. Teori legitimasi adalah suatu teori yang digunakan oleh suatu perusahaan beroperasi dengan izin dari masyarakat, dimana teori ini dapat ditarik apabila masyarakat menilai bahwa perusahaan tidak melakukan hal-hal yang diwajibkan kepadanya. Legitimasi sangat penting bagi perusahaan, mengingat keberadaan perusahaan berada dilingkungan sosial atau komunitas sosial yang harus berinteraksi dengan masyarakat dilingkungan perusahaan. Hal ini juga berkaitan dengan kelangsungan perusahaan sendiri. Teori legitimasi adalah sebuah teori yang digunakan oleh sebuah organisasi secara berkesinambungan akan melakukan operasi sesuai dengan batas-batas dan nilai yang diterima oleh masyarakat disekitar perusahaan dalam usaha (Luthfia, 2012).

Legitimasi merupakan konsep penting bagi organisasi, karena dapat berkontribusi pada keberhasilan organisasi. Untuk mendapatkan legitimasi, organisasi dalam

berperilaku perlu melakukan penyesuaian terhadap nilai, norma, aturan dan kepercayaan yang berlaku dimasyarakat Blanco-goncales, (2013). Tanpa legitimasi, akan ada timbulnya potensi resiko berkurang atau hilangnya dukungan para pemangku kepentingan yang dapat menyulitkan organisasi dalam menjalankan usahanya.

### 1.1.3 Nilai Perusahaan

Perusahaan merupakan unit bisnis yang didalamnya terdiri dari kelompok orang yang memiliki tujuan yang sama dan berusaha mencapai tujuan tersebut secara bersama. Menurut Weber dan Lawrence, (2011) perusahaan adalah organisasi yang berhubungan dengan pembuatan produk atau pelayanan yang bertujuan untuk menghasilkan laba. Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai nilai perusahaan adalah nilai pasar. Bila Perusahaan yang memiliki tingkat entitas bisnis yang tinggi akan menarik para caloninvestor untuk menginvestasikan saham pada perusahaan dan jika saham pada perusahaan semakin tinggi maka akan membuat pengungkapan CSR semakin meningkat, karena pendorong pengungkapan CSR adalah kepemilikan saham perusahaan yang tinggi (Ivon Nurmas Ruroh, 2018).

Tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai sekarang per lembar saham yang telah beredar. Nilai saham yang dimaksud adalah nilai pasar atau harga pasar saham bukan nilai buku saham. Nilai pasar saham perusahaan mencerminkan nilai perusahaan. Dengan kata lain, apabila harga saham perusahaan turun maka nilai pasar saham pun akan menurun dan sebaliknya apabila harga saham perusahaan naik maka dapat diartikan perusahaan tersebut memiliki kinerja yang baik (Sudana, 2015).

Pengukuran nilai perusahaan dapat diukur dengan menggunakan beberapa rasio-rasio penilaian. Salah satu perhitungan tersebut menggunakan Tobin's Q. Nilai perusahaan merupakan nilai pasar (Prasetyorini, 2013). Dikatakan rasio ini dinilai memberikan informasi paling baik, karena rasio ini mampu menjelaskan berbagai fenome dalam kegiatan perusahaan, menjelaskan bagaimana kinerja perusahaan, serta hubungan antara kepemilikan saham manajemen dan nilai perusahaan.

Rumus Tobin's Q adalah sebagai berikutnya:

$$Q = \frac{ME + DEBT}{TA}$$

TA

Keterangan:

Q = Nilai Perusahaan

ME = Jumlah saham biasa perusahaan yang beredar dikalikan dengan harga penutupan saham (closing price)

DEBT = Total Hutang

TA = Nilai buku dari total asset perusahaan

#### **1.1.4 Corporate Social Responsibility (CSR)**

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan suatu komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk bertanggung jawab secara ekonomi, sosial, dan lingkungan atau ekologis kepada masyarakat, lingkungan, serta para pemangku kepentingan (stakeholders) Sabatini & Sudana (2019). CSR memiliki sebuah tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan. CSR juga merupakan tanggung jawab yang tidak bisa lepas baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi masyarakat (Hosana dan Juniarti, 2016). Pengungkapan CSR menunjukkan bahwa perusahaan telah menerapkan kegiatan untuk melindungi kehidupan lingkungan, hak-hak karyawan, serta tanggung jawab yang dilakukan untuk komunitas. Tujuan dari pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility Disclosure) adalah agar perusahaan dapat menyampaikan tanggung jawab sosial yang telah dilaksanakan perusahaan dalam periode tertentu. Tetapi CSR lebih menekankan bahwa kegiatan ekonomi yang menciptakan profit demi kelangsungan usaha bukan lagi tanggung jawab perusahaan, melainkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR juga merupakan suatu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang disertai dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan dan keluarganya, juga peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas (Hadi, 2011). Penerapan CSR dapat diungkapkan perusahaan dalam media laporan tahunan (annual report) perusahaan yang berisi laporan tanggung jawab sosial perusahaan selama kurun waktu satu tahun berjalan (Ta et al., 2018).

Pengungkapan corporate social responsibility bertujuan untuk menjalin hubungan komunikasi yang baik dan efektif antara perusahaan dengan stakeholder lainnya tentang bagaimana perusahaan telah mengintegrasikan kepedulian dalam aspek kegiatan operasinya (Ningsih Juita dan Marsha, 2012).

Ada manfaat CSR jika perusahaan mengimplementasikan csr menurut (Effendy, 2014):

- a. Keberadaan perusahaan dapat tumbuh dan berkelanjutan. Selain itu perusahaan juga mendapatkan citra (image) yang positif dari masyarakat luas .
- b. Perusahaan lebih mudah memperoleh akses terhadap kapital (modal).
- c. Perusahaan dapat mempertahankan sumber daya manusia (human resources) yang berkualitas.
- d. Perusahaan dapat meningkatkan pengambilan keputusan pada hal-hal yang kritis (critical decision marking) dan mempermudah pengolahan manajemen resiko (risk management).

### **1.1.5 Earning Management**

Manajemen laba merupakan suatu perilaku manajer dalam mengelola laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu (Wijaya dan Yulius 2014). Manajemen laba jika dilihat secara prinsip memang tidak menyalahi prinsip akuntansi yang berterima umum, namun manajemen

laba dinilai dapat menurunkan kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan, menurunkan nilai laporan keuangan dan memberikan informasi yang tidak relevan bagi investor. Manajemen laba diduga muncul atau dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan. Manajemen laba memberikan gambaran akan perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu, yaitu adanya kemungkinan munculnya motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk mengatur data keuangan yang dilaporkan (Sabatini dan Sudana, 2019)

. Dan manajemen laba tidak selalu dapat diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan perusahaan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Manajemen laba tidak selalu dapat diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan perusahaan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba.

manajemen laba merupakan keputusan dari manajer untuk memilih kebijakan akuntansi tertentu yang dianggap bisa mengurangi tingkat kerugian yang dilaporkan (Scott, 2011). Manajemen laba merupakan perilaku yang tidak dapat diterima, melakukan manajemen laba berarti suatu pengurangan keakuratan dalam informasi laporan keuangan.

Perusahaan melakukan manajemen laba dengan cara menaikkan laba maupun menurunkan laba. Nilai discretionary accruals yang positif menunjukkan bahwa perusahaan melakukan praktik manajemen laba dengan cara menaikkan laba perusahaan sedangkan nilai discretionary accruals yang negatif menunjukkan bahwa perusahaan melakukan praktik manajemen laba dengan cara menurunkan laba perusahaan.

## **1.2 TINJAUAN PENELITIAN TERDAHULU**

Beberapa penelitian terdahulu yang dijadikan sumber referensi bagi peneliti, diantara sebagai berikut:

### **2.2.1 Sugita (2014)**

Judul penelitian yang dilakukan adalah Pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan corporate social responsibility (CSR). Penelitian ini menggunakan populasi perusahaan manufaktur food and beverage yang listing di Bursa Efek Indonesia pada periode 2006-2014, dan sampel yang terpilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Berganda. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa manajemen laba mempengaruhi pengungkapan corporate social responsibility.

### **2.2.2 Diego Prior, Jordi Surroca, dan Josep A. Tribo (2019)**

Judul penelitian adalah Hubungan antara Manajemen Laba dengan Corporate Social Responsibility (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.

### **2.2.3 Nurlela dan Islahudin (2014)**

Judul penelitian adalah Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Presentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating. penelitian ini menggunakan populasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sampel yang dipilih dari perusahaan non keuangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa corporate social responsibility, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara corporate social responsibility dengan prosentase kepemilikan manajemen secara parsial hanya prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara corporate social responsibility dengan prosentase kepemilikan manajemen yang berpengaruh terhadap nilai perusahaan sedangkan variabel lainnya tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

### **2.2.4 Reny Dyah Retno dan Denies Priantinah**

Judul penelitian adalah Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. Reny Dyah Retno dan Denies Priantinah meneliti tentang Pengaruh GCG terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size dan leverage dan pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size, jenis industri, profitabilitas, dan leverage dan pengaruh GCG dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan terhadap nilai perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2017 teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size dan leverage, pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size, jenis industri, profitabilitas, dan leverage dan GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di BEI periode 2012-2017.

### **2.2.5 Noor Dzulhijjah Purnawanti 2010**

Judul penelitian adalah Peran Corporate Governance dalam Memoderasi Pengaruh Earnings Management terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. Penelitian ini menggunakan populasi sampel perusahaan manufaktur selama tahun 2010-2011 dan sampel yang terpilih dengan menggunakan metode purposive sampling. Data yang digunakan diperoleh dari laporan tahunan dan laporan berkelanjutan perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Penelitian ini menemukan hasil statistik yang tidak signifikan dari pengaruh pengukuran Earnings Management terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini juga menemukan pengaruh yang tidak signifikan dari proporsi komisaris independen dan kepemilikan institusional dalam hubungan antara Earnings Management dan pengungkapan CSR.

#### **2.2.6 Iberahim dan Artina**

Judul penelitian adalah Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating Pada Perusahaan Manufaktur Yang Teredaftar Di Bursa Efek Indonesia. Menggunakan sampel perusahaan dengan metode purposive sampling, Metode analisis pada penelitian ini adalah analisis regresi sederhana dan analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.

#### **2.2.7 Dyah Ayu Pertiwi**

Judul penelitian adalah Analisis Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan Dengan Peranan Praktik Corporate Governance sebagai variabel Moderating. Penelitian yang dilakukan oleh Dyah Ayu Pertiwi menggunakan sampel penelitian perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sampel yang dipilih menggunakan metode purposive sampling. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian membuktikan praktik corporate governance berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel komisaris independen dan kepemilikan institusional. Kepemilikan manajerial akan menurunkan nilai perusahaan sedangkan kualitas audit akan meningkatkan nilai perusahaan. Komisaris independen, kualitas audit dan kepemilikan institusional

merupakan variabel pemoderasi antara earnings management dan nilai perusahaan sedangkan kepemilikan manajerial bukan merupakan variabel pemoderasi. Earnings management dapat diminimumkan dengan mekanisme monitoring oleh komisaris independen, kualitas audit dan institusional ownership.

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Penelitian	Judul	Variabel Penelitian		Metode Analisis	Hasil
1	Sugita (2014)	“Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan dengan Pengungkapan CSR	Independen: Manajemen Laba Dependen: nilai perusahaan dengan CSR		Analisis Regresi Berganda	Mengungkapkan bahwa Manajemen Laba berpengaruh Positif terhadap nilai perusahaan
2	Diego Prior, Jordi surroca, dan Josep A. Tribo (2019)	Hubungan antara Manajemen Laba dengan CSR	Independen: Manajemen Laba Dependen: CSR		Regresi Berganda	Menunjukkan bahwa Manajemen Laba Dan CSR Pengaruh Positif dan Signifikan
3	Nurlela dan Islahudin (2014)	Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan	Independen: CSR		Analisis Regresi Berganda	Menunjukkan bahwa CSR, Prosentase Kepemilikan Manajemen serta

		Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel Moderating	Dependen: Nilai Perusahaan Moderating : Kepemilikan Manajemen			Interaksi antara CSR dengan Prosentase kepemilikan manajemen secara parsial berpengaruh terhadap nilai perusahaan .
4	Reny Dyah Retno dan Denies Priantinah	Pengaruh Good Corporate Governance dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan	Independen: GCG dan Pengungkapan CSR Dependen: Nilai Perusahaan		Analisis Regresi Berganda	menunjukkan GCG berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size dan leverage, pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol size, jenis industri, profitabilitas, dan leverage dan GCG dan pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan

5	Noor Dzuhijjah Purnawanti (2010)	Peran Corporate Governance dalam Memoderasi Pengaruh Earnings Management terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility.	Independen : Earning Manajemen Laba Dependen: CSR Moderasi: CG		Analisis Regresi Berganda	menemukan hasil statistik yang tidak signifikan dari pengaruh pengukuran Earnings Management terhadap pengungkapan CSR. Penelitian ini juga menemukan pengaruh yang tidak signifikan dari proporsi komisaris independen dan kepemilikan institusional dalam hubungan antara Earnings Management dan pengungkapan CSR.
6	Iberahim dan Artina	Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas	Independen: CSR Dependen: Nilai Perusahaan Moderating: Profitabilitas		Analisis Regresi sederhana dan Analisis Regresi Berganda	menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Profitabilitas sebagai variabel

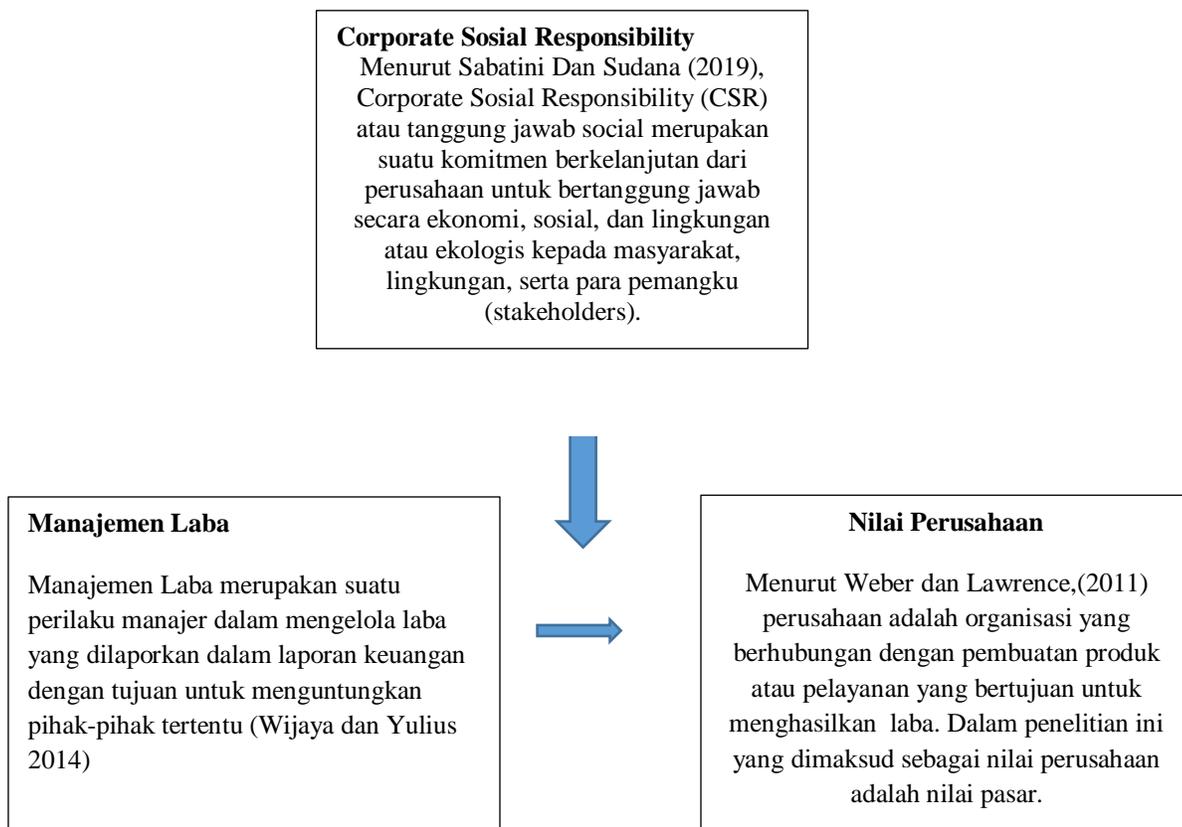
		Sebagai Variabel Moderating				moderating tidak dapat mempengaruhi hubungan pengungkapan CSR dan nilai perusahaan.
7.	Dyah Ayu Pertiwi	Analisis Pengaruh Earning Management terhadap Nilai Perusahaan Dengan Peranan Praktik Corporate Governance sebagai variabel Moderating.	Independen: Earning Manajemen Independen: Nilai Perusahaan Moderating: Peranan Praktik Corporate Governance		Analisis Regresi Berganda	membuktikan praktek corporate governance berpengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel komisaris independen dan kepemilikan institusional.

Persamaan dan perbedaan penelitian sekarang dan terdahulu

Persamaan dari penelitian ini yaitu terletak pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Selain itu, pengguna variabel manajemen laba sebagai variabel independent, nilai perusahaan sebagai variabel dependen serta variabel pemoderasi yang merupakan variabel corporate sosial terponsibility. Perbedaan dengan terdahulu yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan obyek perusahaan manufaktur sedangkan penelitian sekarang menggunakan obyek perusahaan manufaktur *sub sektor food and beverage* perbedaan lainnya dalam penelitian ini terdapat pada periode yang menggunakan periode 2019-2021

### 1.3 Model Teori

**Gambar 2. 1 Model Teori**



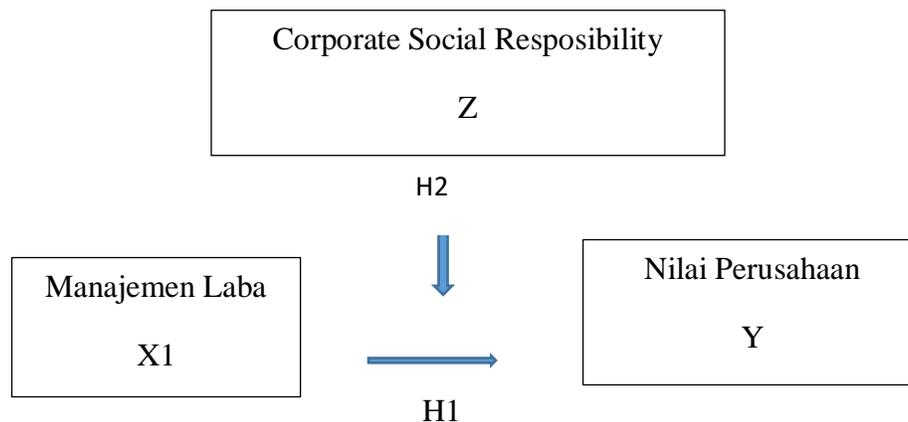
Teori stakeholder merupakan teori yang mengungkapkan bahwa perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional tidak hanya berfokus pada kepentingan sendiri, akan tetapi harus dapat memberikan manfaat kepada seluruh pemangku kepentingan (stakeholder). Teori stakeholder menyatakan bahwa dukungan dari para stakeholder dapat mempengaruhi

kelangsungan hidup suatu entitas dalam menjalankan kegiatan bisnisnya (Ningrum Pristya, 2017). Secara singkat teori stakeholder adalah tidakan tanggung jawab dari manajer perusahaan terhadap lingkungan usah yang ada. Pengenalan terhadap konsep lingkungan organisasi perusahaan yang berkembang sejalan dengan berkembangnya pendekatan sistem dalam manajemen, telah mengubah cara pandang manajer dan para ahli teori manajemen terhadap, organisasi, terutama mengenai bagaimana suatu organisasi perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif. Terjadinya pergeseran orientasi di dalam dunia bisnis dari shareholders kepada stakeholders telah disebut sebagai penyebab munculnya isu tanggung jawab sosial perusahaan.

#### 1.4 Model Hipotesis

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan sebelumnya dan tinjauan pustaka, dapat digambarkan kerangka penelitian, yang nantinya dapat memunculkan hipotesis-hipotesis yang menunjukkan hubungan antara variabel. Kerangka penelitian sebagai berikut:

**Gambar 2. 2 Model Hipotesis**



#### 1.5 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan tinjauan teori dan tinjauan penelitian terdahulu diatas, dapat digambarkan kerangka penelitian, yang nantinya dapat memunculkan hipotesis-hipotesis yang menunjukkan hubungan antar variabel. Kerangka penelitian sebagai berikut:

##### 2.1.1 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 (Sugita, 2014). 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 pada saat tertentu sehingga dapat menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai nilai perusahaan sebenarnya. Kegiatan ini sebenarnya dapat meningkatkan nilai perusahaan pada periode tertentu tapi juga dapat menurunkan nilai perusahaan di masa mendatang.

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, 2014). Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H1 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

#### 2.7.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Moderating dalam Hubungan antara Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan.

Menurut Scott, manajemen laba merupakan tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dengan standar tertentu untuk mencapai target keuntungan tertentu, dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan manajemen dan/atau nilai perusahaan. Manajemen laba timbul karena sifat oportunistik manajer yang ingin menyajikan informasi yang lebih baik dari yang sebenarnya seperti mengelola laba. 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, principal (pemegang saham) mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat dan

agent (manajemen) juga termotivasi untuk memaksimalkan kesejahteraannya yang berlawanan dengan kepentingan principal. Pihak pemilik perusahaan tidak memiliki cukup informasi tentang

kinerja manajer dan kondisi perusahaan. Sehingga manajer mempunyai peluang untuk melakukan tindakan oportunistik dengan melakukan manajemen laba yang membuat laporan keuangan yang dilaporkan saat itu tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Ketika pemilik perusahaan menemukan indikasi terjadinya manajemen laba di dalam perusahaannya, Masalah tersebut akan menurunkan citra positif yang sudah dibangun perusahaan dengan mengungkapkan CSR dan membuat nilai perusahaan terlihat buruk tercermin di pasar saham akan meningkat (Sabatini dan Sudana, 2019). Tentu saja hal tersebut akan berdampak sangat serius terhadap pemilik perusahaan dan stakeholder yang lainnya. Ketika hal tersebut terjadi, maka stakeholder akan melakukan tindakan yang dapat 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 salah satu cara yang digunakan manajer yaitu dengan mengeluarkan kebijakan perusahaan tentang penerapan Corporate Social Responsibility (CSR).

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. 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. Perusahaan melakukan pengungkapan CSR dengan harapan dapat meningkatkan reputasi dan nilai perusahaan. 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. Penelitian (Nurlela dan Islahudin, 2014) mengungkapkan bahwa variabel Corporate Social responsibility (CSR) mampu memoderasi hubungan variabel manajemen laba. Berdasarkan penjelasan di atas, maka hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2 : Diduga Pengungkapan Corporate Social Responsibility memoderasi pengaruh manajemen laba pada nilai perusahaan.