

Pengaruh Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Tahun 2018-2020)

Dwi Maya Anggraeni, Dwi Ermayanti Susilo*

Program Studi Akuntansi, STIE PGRI Dewantara Jombang, Jombang

Jln. Prof. Muh. Yamin No.77, Jabon, Pandanwangi, Kec. Diwek, Kabupaten Jombang, Jawa Timur, Indonesia

Email: dwi.stiedw@gmail.com

Email Penulis Korespondensi: dwi.stiedw@gmail.com

Abstrak—Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk mengoptimalkan laba perusahaan serta kekayaan pemegang sahamnya. Perusahaan yang nilai perusahaannya tinggi akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang sahamnya, akibatnya para investor akan berminat untuk berinvestasi terhadap perusahaan yang serupa. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi besarnya nilai perusahaan yaitu meliputi manajemen laba, ukuran perusahaan serta corporate social responsibility. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh manajemen laba, ukuran perusahaan, corporate social responsibility terhadap nilai perusahaan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 berjumlah 48 perusahaan. Dengan menerapkan teknik purposive sampling untuk pengambilan sampelnya diperoleh 17 perusahaan selama 3 tahun maka didapatkan jumlah 51 sampel. Uji kualitas data menggunakan uji asumsi klasik serta teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Manajemen Laba tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan, Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

Kata Kunci: Manajemen Laba; Ukuran Perusahaan; Corporate Social Responsibility; Nilai Perusahaan

Abstract—The main goal of every company is to optimize the company's profit as well as the wealth of its shareholders. Companies with high firm value will maximize the welfare of their shareholders, as a result, investors will be interested in investing in similar companies. There are several factors that can affect the value of the company which includes earnings management, firm size and corporate social responsibility. The purpose of this study was to determine the effect of earnings management, firm size, corporate social responsibility on firm value. The approach in this study uses a quantitative method approach. The population in this study are all companies in the mining sector listed on the Indonesia Stock Exchange in 2018-2020 totaling 48 companies. By applying the purposive sampling technique for sampling, 17 companies were obtained for 3 years, so the number of samples was 51. The data quality test uses the classical assumption test and the analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that earnings management has no significant effect on firm value, firm size has a positive and significant effect on firm value, and corporate social responsibility has no significant effect on firm value.

Keywords: Earnings Management; Firm Size; Corporate Social Responsibility; Firm Value

1. PENDAHULUAN

Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk mengoptimalkan laba perusahaan serta kekayaan pemegang sahamnya yang dapat direalisasikan dengan memaksimalkan nilai pasar atas harga saham perusahaan. Menurut Pratama dan Wiksuana (2016) perusahaan yang nilai perusahaannya tinggi akan memaksimalkan kesejahteraan pemegang sahamnya, akibatnya para investor akan berminat untuk berinvestasi terhadap perusahaan yang serupa. Keterampilan suatu perusahaan dalam memaksimalkan laba dapat dijadikan sebagai faktor penting bagi pihak eksternal dan internal perusahaan dalam menetapkan suatu keputusan. Hal tersebut nantinya juga akan memikat para investor untuk menginvestasikan modalnya pada perusahaan.

Salvatore (2005) dalam Oktaviani, et al (2019) menyatakan bahwa perusahaan go public bertujuan meningkatkan kesejahteraan pemegang sahamnya dengan mengoptimalkan besarnya nilai perusahaan. Besarnya nilai perusahaan maka menumbuhkan kepercayaan para investor terhadap kemampuan serta peluang perusahaan di masa depan. Menurut Ananda, et al (2016) nilai perusahaan adalah nilai pasar pada suatu perusahaan yang berkaitan dengan harga saham, surat berharga, ekuitas dan liabilitas, yang mana dapat juga diartikan sebagai evaluasi menyeluruh terhadap perusahaan yang berhubungan dengan persepsi investor pada harga saham beredar, ekuitas serta laba yang disajikan oleh perusahaan.

Nilai perusahaan pada penelitian ini diprosikan menggunakan harga pasar saham sebab harga pasar saham perusahaan menggambarkan persepsi para investor secara menyeluruh pada masing-masing ekuitas yang dimiliki oleh perusahaan. Apabila nilai perusahaan diprosikan dengan harga saham, sehingga memaksimalkan nilai perusahaan sama dengan memaksimalkan harga pasar saham (Dwi Ferianto, 2020). Oleh karena itu, harga saham dianggap sebagai cara yang tepat guna menghitung besarnya nilai perusahaan.

Fenomena yang terkait dengan nilai perusahaan pada sektor pertambangan yaitu seperti dilansir dari Sindonews.com pada 07 November 2021 adalah berdasarkan data RTI beberapa perusahaan pertambangan meningkat signifikan pada awal November. PT Harum Energy Tbk (HRUM) mengalami kenaikan saham sebesar 166,78% pada periode berjalan 2021 sehingga harga saham meningkat pada harga Rp 7.950 per saham. Selanjutnya PT Adaro Energy (ADRO) juga mengalami peningkatan saham sebesar 17,13% pada periode berjalan 2021 dengan harga Rp 1.675 per

saham. Adapula PT Indo Tambangraya Megah Tbk (ITMG) juga mengalami peningkatan saham sebesar 61,73% pada periode berjalan 2021 yaitu dengan harga Rp 22.400 per saham. Dan terakhir ada PT Bumi Resources Tbk (BUMI) mengalami sedikit kenaikan harga saham sebesar 2,78% sehingga harga saham mencapai Rp 74 per saham. Hal tersebut tentunya menunjukkan adanya peningkatan pada nilai perusahaan yang diproksikan dengan harga saham sebab dengan adanya peningkatan harga saham perusahaan akan merubah penilaian investor terhadap nilai perusahaan sehingga akan berpengaruh pada minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan (Ferianto, 2020).

Terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi besarnya nilai perusahaan, yaitu meliputi manajemen laba, ukuran perusahaan serta corporate social responsibility (csr). Subanidja, et al (2016) mengutarakan bahwa manajemen laba merupakan cara seorang manajer yang berencana untuk melakukan kecurangan dalam laporan keuangan namun masih dalam batasan prinsip akuntansi. Hal tersebut dilakukan oleh pihak manajemen guna memperdayai para pemakai laporan keuangan yang akibatnya manajemen dapat memperoleh keuntungan secara pribadi (obtaining private gains). Penerapan manajemen laba dapat menimbulkan ketidaksesuaian informasi laporan keuangan dengan keadaan yang sebenarnya (Herman dan Purwanto, 2014). Menurut Indriani, et al (2014) mengutarakan bahwa 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.

Berdasarkan penelitian dari Akbar dan Purnomo (2021) didapatkan hasil bahwa manajemen laba memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Fahmi dan Prayoga (2018) didapatkan hasil berbeda yaitu manajemen laba memiliki pengaruh negatif terhadap nilai perusahaan yang manandakan bahwa penerapan manajemen laba dapat mempengaruhi besarnya nilai perusahaan sebab nilai perusahaan dapat dipengaruhi oleh perencanaan laba yang dilakukan oleh manajer.

Nilai perusahaan juga dapat dipengaruhi oleh Ukuran Perusahaan. Ukuran perusahaan ialah suatu ukuran/skala yang dimanfaatkan guna mengukur besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Riyanto (2001) dalam Susila, et al (2019) semakin besar ukuran suatu perusahaan maka para investor cenderung akan banyak merasa tertarik terhadap perusahaan tersebut, sehingga akan memaksimalkan nilai perusahaan di mata para investor, hal tersebut dikarenakan perusahaan lebih berpotensi memiliki situasi yang lebih stabil.

Ukuran perusahaan merupakan tindakan yang diaplikasikan oleh perusahaan untuk menetapkan besar kecilnya perusahaan dengan meninjau hasil dari total aset, total penjualan dan investasi pasar (Nurmidia, et al, 2017 dalam Dwiastuti dan Dillak, 2019). Menurut Pantow dan Trang (2015) mengungkapkan bahwa besarnya proporsi suatu perusahaan akan mempermudah perusahaan dalam mendapatkan permodalan baik untuk internal maupun eksternal perusahaan. Melonjaknya harga saham suatu perusahaan menyebabkan nilai perusahaan turut naik sesuai dengan yang ditetapkan oleh Bursa Efek. Harga saham yang tinggi menunjukkan bahwa suatu perusahaan sanggup mengoptimalkan kemampuannya dengan baik sehingga dapat mengembangkan nilai perusahaan juga (Wulandari, 2013 dalam Oktaviani, et al, 2019).

Hasil penelitian tentang ukuran perusahaan dari Nunik dan Susilo (2021) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu penelitian yang dilakukan oleh Octaviany, et al (2019) menunjukkan sebaliknya yaitu ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan yaitu corporate social responsibility. Corporate social responsibility adalah salah satu cara yang kini banyak ditinjau oleh para investor untuk mengelaborasi sebuah perusahaan. Dalam Pasal 1 Nomor 3 Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yaitu bahwa CSR merupakan "komitmen perseoran untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan serta lingkungan yang bermanfaat bagi perseoran itu sendiri, komunitas setempat dan masyarakat sekitar pada umumnya". Penerapan corporate social responsibility yang berdaya guna dan sinkron dengan peraturan yang berlaku akan menimbulkan respon positif oleh investor terhadap kemampuan perusahaan dalam mengoptimalkan nilai perusahaan (Retno dan Prihatinah, 2012 dalam Karina dan Setiadi 2020).

Susila, et al (2021) dalam penelitiannya mengutarakan bahwa corporate social responsibility memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sementara itu pada tahun yang sama penelitian dari Nunik dan Susilo (2021) mengutarakan bahwa corporate social responsibility tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal tersebut tampak pada rendahnya nilai dari pengungkapan CSR oleh perusahaan akibatnya pengungkapan CSR tidak dapat menaikkan nilai perusahaan.

Motivasi peneliti menggunakan perusahaan sektor pertambangan adalah seperti dilansir dari cekindo.com bahwa Indonesia berada di posisi ke-4 sebagai produsen batu bara serta pertambangan teratas di dunia. Produksi mineral seperti emas, tembaga, batu bara, bauksit, timah dan nikel masih sangat giat dilakukan sebab Indonesia memiliki sumber daya alam yang melimpah. Selanjutnya, Indonesia juga berada di posisi ke 4 setelah Tiongkok, Amerika Serikat dan India sebagai salah satu negara eksportir batu bara termal terbesar di dunia.

Kegiatan perusahaan sektor pertambangan adalah kegiatan berupa mengeksplorasi hasil bumi maka laba yang diperoleh perusahaan akan meningkatkan nilai perusahaan sehingga akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan. Perusahaan sektor pertambangan menjadi donatur pemasukan kas negara yang paling banyak akibatnya perusahaan akan menarik minat investor untuk berinvestasi pada perusahaan guna mendapatkan keuntungan yang sebanyak-banyaknya (Nurafifah, 2020:02). Seperti dilansir pada Jakarta, CNBC Indonesia pada 21 Desember 2021 bahwa Penerimaan Negara Bukan Pajak (PNBP) yang diperoleh dari sektor pertambangan mineral dan batu bara yaitu hingga

pada 10 Desember 2021 PNPB mencapai Rp 70,05 triliun, yang mana hasil tersebut melampaui target 2021 yaitu 179% dari target 39,1%.

Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disampaikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?, Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020?, Apakah corporate social responsibility berpengaruh terhadap nilai perusahaan, pada perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020? Penelitian ini dilakukan pada perusahaan-perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2018-2020 dengan mengambil data annual report serta laporan keuangannya pada www.idx.co.id dan waktu yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu 6 bulan dari bulan Maret 2022 sampai Agustus 2022.

2. METODE PENELITIAN

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 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.

2.3 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 tiada permintaan dari masyarakat setempat. Mekanisme corporate social responsibility adalah praktik kewajiban perusahaan pada masyarakat secara sosial.

2.4 Teori Stakeholder (Stakeholder Theory)

Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam Budianty (2018:20) menyatakan teori stakeholder pada perusahaan tidaklah merupakan suatu entitas yang operasinya sekedar memenuhi kebutuhan perusahaan melainkan wajib menyerahkan keuntungan juga untuk para stakeholder-nya.

Teori stakeholder berkaitan dengan tanggungjawab sosial perusahaan dimana kelanjutan hidup suatu perusahaan juga dimotivasi oleh para stakeholder-nya. Tanggungjawab perusahaan tidak sekedar untuk memaksimalkan keuntungan perusahaan dan kebutuhan para pemegang saham saja, namun perusahaan juga wajib menilik masyarakat setempat perusahaan beroperasi, konsumen dan pemasok selaku bagian dari aktivitas perusahaan itu sendiri (Budianty 2018:22)

2.5 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.

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 ada 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 diskreioner 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). Adapun alasan diterapkannya manajemen laba oleh perusahaan yaitu sebab harga saham perusahaan berakibat signifikan atas keuntungan, resiko serta spekulasi. Dengan alasan tersebut, perusahaan yang labanya selalu bertambah secara stabil menyebabkan resiko perusahaan mengalami kerugian semakin besar daripada penambahan laba di setiap tahun. Maka atensi investor kerap kali berpusat kepada informasi laba tanpa melihat bagaimana siasat yang diterapkan guna menghasilkan informasi laba sehingga hal tersebut memotivasi manajemen untuk menerapkan manajemen laba (Zurriyah dan Sembiring, 2020:30).

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).

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 dan 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.

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 (<https://www.globalreporting.org>). Selain itu, GRI-G4 dijadikan pedoman oleh organisasi atau instansi dalam pelaporan keberlanjutan sektor apapun dengan indikator berjumlah 91 item.

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 ialah 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.

2.9 Hipotesis Penelitian

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

2.10 Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menerapkan pendekatan metode kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan ajaran positifisme yang dimanfaatkan guna meneliti suatu sampel tertentu dengan cara mengumpulkan data yang memanfaatkan instrumen penelitian dan analisis data yang memiliki sifat kuantitatif guna menguji suatu hipotesis yang ditentukan (Sugiyono, 2017:8).

Tipe penelitian ini merupakan tipe penelitian penjelasan atau explanatory research. Penelitian penjelasan adalah suatu metode penelitian yang menerangkan tentang pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya serta posisi antar variabel-variabel yang akan diteliti (Sugiyono, 2017:6)

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh perusahaan pada sektor pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2018-2020 sejumlah 47 populasi sebagai objek penelitian. Sumber data: Invesnesia.com Adapun kriteria perusahaan yang diterapkan sebagai sampel pada penelitian ini adalah :

Tabel 1. Kriteria Penentuan Sampel

No.	Kriteria Sampel	Jumlah
1	Populasi awal perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020	47
2	Perusahaan yang mengalami kerugian	(20)
3	Perusahaan yang tidak mempublikasikan annual report dan laporan keuangan pada tahun berjalan 2018-2020	(10)
	Jumlah perusahaan yang sesuai kriteria sampel	17
	Jumlah sampel 17x3 tahun	51

2.11 Definisi dan Operasional Variabel

a. Manajemen Laba (X1)

Manajemen laba adalah 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 (Meutia, 2004 dalam Susilo, 2016:78).

Pendeteksian manajemen laba dalam penelitian ini yaitu dengan menerapkan Discretionary Accruals dengan metode Modified Jones Model. Alasan memilih metode pendeteksian Modified Jones Model yaitu sebab metode ini dapat memperkirakan bahwa manipulasi dapat diterapkan pada pendapatan serta dapat memperhitungkan pendapatan sebagai discretionary accruals, oleh karena itu model ini disebut lebih mampu mendeteksi manajemen laba (Ricardo, 2015:04).

b. Ukuran Perusahaan (X2)

Ukuran perusahaan adalah ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang bisa mendorong peningkatan harga sama perusahaan, apabila ukuran perusahaan semakin besar yang ditinjau dari jumlah asetnya artinya harga saham perusahaan serta return yang diterima oleh investor akan semakin besar, sementara itu apabila semakin kecil ukuran perusahaan artinya harga saham perusahaan juga semakin rendah (Sholihah dan Susilo, 2021:117). Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan total aset.

c. Corporate social responsibility (X3)

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.

Susilo (2016:76) mengungkapkan bahwa corporate social responsibility dapat dinilai menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSRI) dengan indikator GRI (Global Reporting Initiative) G4.

d. Nilai Perusahaan (Y)

Nilai perusahaan dapat diartikan sebagai ukuran khusus bagi para investor dan manajemen berupa nilai pasar sebagai dasar pengambilan keputusan yang dapat memakmurkan para pemegang saham (Dewi dan Mustikawati, 2018:669). Dalam penelitian ini untuk mengukur nilai perusahaan yaitu dengan menerapkan perhitungan Tobin's Q. Tobin's Q dipilih sebab dinilai dapat memperkirakan sejauh mana pasar dalam menilai perusahaan dari sejumlah aspek yang dilihat oleh masyarakat luas dan juga investor (Prasetyorini, 2013 dalam Ramadhan, 2017:04).

Tabel 2. Operasional Variabel

No	Variabel	Indikator	Skala Ukur
1	Manajemen Laba (X1)	Langkah 1 : Tait = Nit - CFOit Langkah 2 : $NDAit = \alpha 1 \left(\frac{1}{Ait-1} \right) + \alpha 2 \left(\frac{\Delta REVt - \Delta REct}{Ait-1} \right) + \alpha 3 \left(\frac{PPEit}{Ait-1} \right) + e$ Langkah 3 : $NDAit = \alpha 1 \left(\frac{1}{Ait-1} \right) + \alpha 2 \left(\frac{\Delta REVt - \Delta REct}{Ait-1} \right) + \alpha 3 \left(\frac{PPEit}{Ait-1} \right)$ Langkah 4 : $DAit = \left(\frac{TAit}{Ait-1} \right) - NDAit$	Rasio
2	Ukuran Perusahaan (X2)	Ukuran Perusahaan = Ln_Total Asset	Rasio
3	Corporate Social Responsibility (X3)	$CSRij = \frac{\sum Xij}{Nj}$	Rasio
4	Nilai Perusahaan (Y)	$\text{Tobin's Q} = \frac{(MVE + Liabilities)}{\text{Total Assets}}$	Rasio

2.12 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu menerapkan metode dokumentasi dan data sekunder. Menurut Suharsaputra (2012:215) dalam Dewi Sartika (2019) dokumentasi adalah sejarah peristiwa masa lampau yang ditulis maupun dicetak yang berbentuk catatan sejarah, surat diary, serta dokumen, atau teknik yang dipakai untuk mengambil data yang dibutuhkan sesuai peraturan-peraturan perusahaan.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil data annual report serta laporan keuangan perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2018-2020 yang diunduh dan ditemukan melalui media internet.

2.13 Metode Analisa

Metode analisis data adalah satu metode yang dimanfaatkan guna mengolah data penelitian yang menggunakan prosedur simplifikasi data supaya data tersebut mudah dibaca dan dirumuskan. Penelitian ini menerapkan metode analisa statistik deskriptif.

2.14 Uji Persyaratan Analisis

1. Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu pengujian terhadap apakah model regresi, variabel pengganggu (resiudal) berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2018:161). Jika variabel tidak berdistribusi normal, artinya hasil dari uji normalitas akan mengalami penurunan. Pada penelitian ini residual (variabel pengganggu) menerapkan uji normalitas data p-p plot serta uji One Sample Kolmogorov-Smirnov Test.

2. Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu suatu pengujian terhadap apakah model regresi memiliki hubungan dengan variabel independen yang bertujuan menguji adanya gejala multikolinearitas pada model regresi (Ghozali, 2018:107).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan pengujian terhadap apakah pada model regresi terdapat perbedaan varians dan residual dari suatu pengamatan dengan penelitian yang lain (Ghozali, 2018:137).

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi merupakan pengujian terhadap apakah terdapat kekeliruan dalam korelasi antara residual untuk suatu pengamatan ke pengamatan yang lain bagi model regresi (Amin, 2021:50). Uji autokorelasi pada penelitian ini menggunakan Durbin-Watson.

2.15 Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut Ghozali (2018:46) analisis regresi linier berganda bermaksud melihat sebesar apa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengartikan korelasi antara dua variabel guna mempertimbangkan keadaan yang akan datang. Rumus analisis regresi berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + e \tag{1}$$

Keterangan :

- Y = Nilai Perusahaan
- A = Konstanta
- X1 = Manajemen Laba
- X2 = Ukuran Perusahaan
- X3 = Corporate Social Responsibility
- B0, β1, β2, β3 = Konstanta
- e = Error (kesalahan)

2.16 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji koefisien determinasi bermaksud menguji kebolehan dalam menafsirkan variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2018:97). Nilai dari koefisien determinasi adalah kisaran 0-1. Terdapat kategori pada koefisien korelasi antara lain 0 (tidak ada korelasi), 0-0,49 (korelasi lemah), 0,50 (korelasi moderat), 0,51-0,99 (korelasi kuat) serta 1,00 (korelasi sempurna).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi dari variabel residual berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini untuk melakukan uji normalitas menggunakan 2 cara yaitu uji normalitas One Sample Kolmogorov-Smirnov Test serta uji data p-p plot. Untuk uji One Sample-Kolmogorov kriteria pengujianya yaitu apabila sig>0,05 artinya data tersebut berdistribusi secara normal. Sedangkan apabila data kolmogorov-smirnov, sig<0,05 artinya data tersebut tidak berdistribusi secara normal. Berikut adalah hasil dari uji normalitas dengan uji kolmogorov-smirnov :

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		51
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	1.10162610
Most Extreme Differences	Absolute	0.131
	Positive	0.131
	Negative	-0.129
Test Statistic		0.131
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.028 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Dari tabel 3 dengan N = 51 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov menunjukkan hasil sig<0,05 yaitu 0,028<0,05 yang artinya data tidak berdistribusi secara normal. Sehingga perlu diuji ulang dengan menerapkan metode outlier atau membuang data-data ekstrim yang menyebabkan data berdistribusi tidak normal. Berikut hasil dari uji normalitas dengan uji kolmogorov-smirnov setelah dilakukan outlier :

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.52548781
Most Extreme Differences	Absolute	0.128
	Positive	0.128
	Negative	-0.082
Test Statistic		0.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.062 ^c

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
Unstandardized Residual	
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Dari tabel 4 data (N) menjadi 45 karena telah dilakukan proses outlier dan transformasi data sehingga dapat ditemukan bahwa nilai signifikansi dari kolmogorov-smirnov menunjukkan hasil 0,062 yang berarti lebih besar dari 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa data di atas sudah berdistribusi secara normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan dengan tujuan menguji apakah model regresi memiliki hubungan antara variabel bebas (independen). Kriteria pengujian uji multikolinieritas yaitu apabila $VIF < 10$ atau $tolerance > 0,10$ maka dinyatakan tidak ada gejala multikolinieritas. Berikut hasil dari uji multikolinieritas :

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	-4.161	2.498		-0.103	1.665		
Manajemen Laba	-1.254	0.941	-0.210	-0.190	1.333	0.881	1.135
Ukuran Perusahaan	0.297	0.144	0.441	2.062	0.046	0.476	2.099
Corporate Social Responsibility	-2.046	1.126	-0.388	-0.076	1.818	0.478	2.092

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat nilai Tolerance dan VIF dari setiap variabel yaitu sebagai berikut :
 Pada variabel Manajemen Laba hasil tolerance sebesar 0,881 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 1,135 < 10
 Pada variabel Ukuran Perusahaan hasil tolerance sebesar 0,476 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 2,099 < 10
 Pada variabel Corporate Social Responsibility hasil tolerance sebesar 0,478 > 0,10 dengan nilai VIF sebesar 2,092 < 10

Dari hasil uji multikolinieritas di atas ditemukan bahwa hasil seluruh tolerance > 0,10 begitupula dengan nilai VIF < 10 untuk semua variabel, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada data di atas tidak terdapat gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual dari satu pengamatan dengan pengamatan yang lain. Pada penelitian uji heteroskedastisitas diukur menggunakan uji glesjer. Uji glesjer kriteria pengujian apabila $sig > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Berikut hasil dari uji heteroskedastisitas :

Tabel 6. Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Glesjer

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
	B	Std. Error	Beta	T Sig.
1 (Constant)	1.363	1.578		0.8640.393
Manajemen Laba	0.295	0.594		0.081 0.4960.623
Ukuran Perusahaan	-0.051	0.091		-0.126-0.5640.576
Corporate Social Responsibility	-0.149	0.711		-0.047-0.2100.835

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan tabel 6 di atas menunjukkan bahwa hasil signifikansi dari setiap variabel adalah sebagai berikut :
 Variabel Manajemen Laba hasil signifikansi sebesar 0,623 > 0,05
 Variabel Ukuran Perusahaan hasil signifikansi sebesar 0,576 > 0,05
 Variabel Corporate Social Responsibility hasil signifikansi sebesar 0,835 > 0,05

Dari pemaparan hasil heteroskedastisitas di atas menunjukkan hasil bahwa semua variabel penelitian memiliki nilai signifikansi > 0,05 yang dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah terdapat kekeliruan pada asumsi klasik autokorelasi berupa korelasi antara residual untuk pengamatan satu dengan pengamatan yang lain. Uji autokorelasi dapat diuji menggunakan Durbin-

Watson. Kriteria pengujian Durbin-Watson adalah apabila $DU < DW < 4-DU$ maka tidak terjadi gejala autokorelasi. Berikut hasil dari uji autokorelasi dengan Durbin-Watson :

Tabel 7. Hasil Uji Autokorelasi dengan Durbin-Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.314 ^a	0.099	0.034	0.59675	1.242

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility (X3), Manajemen Laba (X1), Ukuran Perusahaan (X2)
 b. Dependent Variable: Nilai Perusahaan (Y)

Berdasarkan hasil tabel 7 di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,242. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,242 dibandingkan dengan menggunakan significance level sebesar 5%, jumlah sampel 45 (N) dan jumlah variabel independen 3 (K=3). Dengan melihat pada tabel Durbin-Watson ditemukan bahwa nilai DU sebesar 1,6677. Maka apabila $DU < DW < 4-DU$ diperoleh hasil $1,6677 > 1,242 < 2,3323$ artinya terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

Alternatif lain yang dapat digunakan untuk mengatasi gejala autokorelasi yaitu dengan menggunakan metode Cochran-Orcutt. Cochran-orcutt menurut Ghozali (2011: 121) merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengatasi masalah autokorelasi, dimana data penelitian diubah menjadi bentuk lag. Berikut hasil dari uji autokorelasi dengan metode Cochran-Orcutt :

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi dengan Cochran-Orcutt

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.327 ^a	0.107	0.042	0.54437	1.865

a. Predictors: (Constant), LAG_X3, LAG_X1, LAG_X2
 b. Dependent Variable: LAG_Y

Berdasarkan hasil tabel 8 di atas menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,865. Nilai Durbin-Watson sebesar 1,865 dibandingkan dengan menggunakan significance level sebesar 5%, jumlah sampel 45 (N) dan jumlah variabel independen 3 (K=3). Dengan melihat pada tabel Durbin-Watson ditemukan bahwa nilai DU sebesar 1,6677. Maka apabila $DU < DW < 4-DU$ diperoleh hasil $1,6677 < 1,865 < 2,3323$ artinya dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi pada penelitian ini.

3.2 Hasil Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini bertujuan untuk membuktikan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut hasil dari uji analisis regresi linier berganda :

Tabel 9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95,0% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
(Constant)	-4.161	2.498		-1.665	0.103	-9.206	0.885
Manajemen Laba	-1.254	0.941	-0.210	-1.333	0.190	-3.154	0.646
1 Ukuran Perusahaan	0.297	0.144	0.441	2.062	0.046	0.006	0.588
Corporate Social Responsibility	2.046	1.126	-0.388	-1.818	0.076	-4.320	0.227

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Berdasarkan tabel 9 di atas, hasil dari analisis regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1x_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3 + \varepsilon \tag{1}$$

$$Y = -4,161 - 1,254 X_1 + 0,297 X_2 - 2,046 X_3$$

Berdasarkan hasil di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Dari tabel 9 di atas nilai konstanta menunjukkan angka sebesar -4,161 yang artinya jika variabel manajemen laba, ukuran perusahaan, corporate social responsibility bernilai nol (0) maka nilai perusahaan akan terjadi sebesar -4,161.
- Variabel manajemen laba menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -1,254. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif yang berlawanan arah antara manajemen laba dan nilai perusahaan. Artinya jika variabel manajemen laba

mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya variabel nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 1,254%.

- c) Variabel ukuran perusahaan menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,297. Hal ini menunjukkan jika ukuran perusahaan mengalami kenaikan 1% maka nilai perusahaan akan naik sebesar 0,297%. Artinya ukuran perusahaan menunjukkan pengaruh positif yang searah dengan nilai perusahaan.
- d) Variabel corporate social responsibility menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -2,046. Nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif yang berlawanan arah antara corporate social responsibility dan nilai perusahaan. Artinya jika variabel corporate social responsibility mengalami kenaikan sebesar 1% maka sebaliknya nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 2,0456%.

2. Uji Koefisien Determinasi R²

Uji koefisien determinasi (R²) pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model variasi independen (manajemen laba, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility) dalam menerangkan variasi variabel dependen (nilai perusahaan). Berikut adalah hasil dari uji koefisien determinasi (R²) :

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.327 ^a	0.107	0.042	0.54437

a. Predictors: (Constant), Corporate Social Responsibility, Manajemen Laba, Ukuran Perusahaan

Berdasarkan tabel 10 di atas dapat ditemukan bahwa nilai R² sebesar 0,107 yang artinya sebesar 10,7% variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variasi dari variabel independen dalam penelitian ini. Sehingga dapat disimpulkan bahwa sebesar 10,7% dari nilai perusahaan dipengaruhi oleh variabel manajemen laba, ukuran perusahaan, corporate social responsibility. Sedangkan sisanya sebesar 89,3% dipengaruhi oleh variabel lain selain variabel yang digunakan di dalam penelitian ini.

3. Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Uji koefisien regresi secara parsial (uji t) dalam penelitian bertujuan untuk menguji pengaruh dari variabel independen yaitu manajemen laba, ukuran perusahaan dan corporate social responsibility secara parsial terhadap variabel dependen yaitu nilai perusahaan. Berikut adalah hasil dari uji t :

Tabel 11. Hasil Uji Koefisien Regresi secara Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	-4.161	2.498		-1.665	0.103
Manajemen Laba	-1.254	0.941	-0.210	-1.333	0.190
Ukuran Perusahaan	0.297	0.144	0.441	2.062	0.046
Corporate Social Responsibility	-2.046	1.126	-0.388	-1.818	0.076

a. Dependent Variable: Nilai Perusahaan

Hasil dari uji t dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan
 Pada variabel manajemen laba diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,190 > 0,05 dengan t_{hitung} (-1,333) < t_{tabel} 2,01808. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ditolak yang artinya manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 2) Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan
 Pada variabel ukuran perusahaan diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,046 < 0,05 dengan t_{hitung} 2,062 > t_{tabel} 2,01808. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis diterima yang artinya ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.
- 3) Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan
 Pada variabel corporate social responsibility diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,076 > 0,05 dengan t_{hitung} -1,818 < t_{tabel} 2,01808. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis ditolak yang artinya corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

3.3 Pembahasan

a. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.18 ditemukan bahwa nilai koefisien manajemen laba sebesar -1,254 dan nilai signifikansi sebesar 0,190 > 0,05 dengan t_{hitung} (-1,333) < t_{tabel} 2,01808. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Fahmi dan Prayoga pada tahun 2018 yang mengungkapkan bahwa Manajemen Laba tidak berpengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan.

b. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.18 ditemukan bahwa nilai koefisien ukuran perusahaan sebesar 0,297 dan nilai signifikansi sebesar $0,046 < 0,05$ dengan $t_{hitung} 2,062 > t_{tabel} 2,01808$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini diterima.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunik dan Susilo pada 2021 yang mengungkapkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Mukti, et al pada 2021 yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

c. Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan uji hipotesis pada tabel 4.18 ditemukan bahwa nilai koefisien corporate social responsibility sebesar -2,046 dan nilai signifikansi sebesar $0,076 > 0,05$ dengan $t_{hitung} -1,818 < t_{tabel} 2,01808$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini ditolak.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Nunik dan Susilo pada 2021 yang mengungkapkan bahwa Corporate Social Responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis serta pembahasan disimpulkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan periode tahun 2018-2020. Banyak perusahaan pertambangan yang tidak menerapkan manajemen laba, dan besar kecilnya nilai perusahaan tergantung pada penyusunan laba yang dilakukan oleh manajer. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan periode tahun 2018-2020. Semakin besar ukuran suatu perusahaan akan berakibat pada semakin banyaknya aset yang dimiliki perusahaan yang mana perusahaan akan menerima penilaian positif dari investor sehingga berdampak pada meningkatnya nilai perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa corporate social responsibility tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan sektor pertambangan periode tahun 2018-2020. Hal tersebut disebabkan terdapat banyak perusahaan pertambangan yang tidak mengungkapkan Corporate social responsibility sesuai indikator GRI versi G4.

REFERENCES

- Afifudin Afifudin, U. L. N. T. M., Maslichah Maslichah. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN PERUSAHAAN DAN PERTUMBUHAN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). [Http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jra/Article/View/12970](http://Riset.Unisma.Ac.Id/Index.Php/Jra/Article/View/12970)
- Agus Tri Basuki, I. N. (2015). Analisis Statistik Dengan SPSS. Danisa Media. https://Scholar.Google.Com/Citations?View_Op=View_Citation&HI=En&User=6ljpybiaaaaj&Citation_For_View=6ljpybiaaaaj:U5hhmvd_Uo8c
- Anggie Ariesta. (2021). Kenaikan Harga Saham Emiten Tambang Diproyeksi Masih Berlanjut. <https://Ekbis.Sindonews.Com/Read/592453/178/Kenaikan-Harga-Saham-Emiten-Tambang-Diproyeksi-Masih-Berlanjut-1636294281/10>
- Annisa Ayu, D. E. S., Paramitha. (2021). PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN DIVERSIFIKASI PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2018-2020. <https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/2358/>
- Ardian Alfiandi, D. E. S. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, PROFITABILITAS, DAN STRUKTUR MODAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi empiris pada perusahaan farmasi yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode tahun 2016-2020). <https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/2359/>
- Dewi Kusuma Wardani, D. K. S. (2018). PENGARUH TAX PLANNING, UKURAN PERUSAHAAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP MANAJEMEN LABA. <http://Jurnalfe.Ustjogja.Ac.Id/Index.Php/Akuntansi/Article/View/536>
- Dwi Ermayanti. (2016). PENGUNGKAPAN SOSIAL, DIVERSIFIKASI PERUSAHAAN, DAN KOMPENSASI BONUS TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BEI. <http://Ecojoin.Org/Index.Php/EJA/Article/View/76>
- Dwi Ermayanti Susilo, M. S. (2022). Pengaruh Kinerja Keuangan, Ukuran Perusahaan, Dan CSR Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Properti Di Bursa Efek Indonesia 2018-2020. <https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/3100/>
- Dwi Ermayanti Susilo, N. N. (2021). PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, KINERJA KEUANGAN, DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN. <https://Revenue.Lppmbinabangsa.Id/Index.Php/Home/Article/View/65>
- Dwi Ferianto. (2020). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE, DAN KEBIJAKAN DIVIDEN TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). <https://Eprints.Umm.Ac.Id/60996/>

- Erinos NR, I. A. H. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi. [Http://Jea.Ppj.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jea/Article/View/305](http://Jea.Ppj.Unp.Ac.Id/Index.Php/Jea/Article/View/305)
- Indra Kusumah. (2018). PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Suatu Studi Pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Batu Bara Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). [Http://Repository.Unpas.Ac.Id/37794/](http://Repository.Unpas.Ac.Id/37794/)
- Iwan Setiadi, D. R. M. K. (2020). PENGARUH CSR TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN GCG SEBAGAI PEMODERASI. [Http://Ejurnal.Mercubuana-Yogya.Ac.Id/Index.Php/Akuntansi/Article/View/1054](http://Ejurnal.Mercubuana-Yogya.Ac.Id/Index.Php/Akuntansi/Article/View/1054)
- Listiya Ike Purnomo, C. A. (2021). Pengaruh Manajemen Laba Dan Csr Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Gcg Sebagai Variabel Moderating. [Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/SAKUNTALA/Article/View/13720](http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/SAKUNTALA/Article/View/13720)
- Melliana Lim, L. W. S. (2018). ANALISIS PENGARUH PROFITABILITAS, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PENGUNGKAPAN SOSIAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA PERIODE 2011-2015. [Http://Ojs.Atmajaya.Ac.Id/Index.Php/JRAK/Article/View/1005](http://Ojs.Atmajaya.Ac.Id/Index.Php/JRAK/Article/View/1005)
- Mohamad Bahrul Amin. (2021). PENGARUH PROFITABILITAS, STRUKTUR MODAL DAN STRUKTUR KEPEMILIKAN INSTITUSIONAL TERHADAP NILAI PERUSAHAAN (Studi Pada Perusahaan Sub Sektor Kontruksi Dan Bangunan Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2014-2019). [Https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/1871/](https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/1871/)
- Muhammad Derry Prayoga, M. F. (2018). PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN TAX AVOIDANCE SEBAGAI VARIABEL MEDIATINGPENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN TAX AVOIDANCE SEBAGAI VARIABEL MEDIATING. [Http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/LIAB/Article/View/2496](http://Jurnal.Umsu.Ac.Id/Index.Php/LIAB/Article/View/2496)
- MY Uria, H. S., A. Alipudin. (T.T.). Effect Corporate Social Responsibility, Firm Size, And Intellectual Capital On Firm Value In Indonesia Stock Exchange. Diambil 13 Agustus 2022, Dari [Https://Scholar.Google.Co.Id/Citations?View_Op=View_Citation&HI=Id&User=Co5ukecaaaaj&Cstart=20&Pagesize=80&Sortby=Pubdate&Citation_For_View=Co5ukecaaaaj:Lpzeul_Q3pic](https://Scholar.Google.Co.Id/Citations?View_Op=View_Citation&HI=Id&User=Co5ukecaaaaj&Cstart=20&Pagesize=80&Sortby=Pubdate&Citation_For_View=Co5ukecaaaaj:Lpzeul_Q3pic)
- NI LUH LAKSMI RAHMANTARI. (2021). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN FARMASI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. [Http://Journal.Unmasmataram.Ac.Id/Index.Php/GARA/Article/View/179](http://Journal.Unmasmataram.Ac.Id/Index.Php/GARA/Article/View/179)
- Ogi Sigit Pornawan. (T.T.). Apa Itu Manajemen Laba? Berikut Pengertian Dan Cara Mengetahuinya. Diambil 13 Agustus 2022, Dari [Https://Kledo.Com/Blog/Manajemen-Laba/](https://Kledo.Com/Blog/Manajemen-Laba/)
- Putri Imas Budianty. (2018). PENGARUH PENGUNGKAPAN AKUNTANSI LINGKUNGAN, DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP KINERJA KEUANGAN (Studi Komparatif Pada Perusahaan Multinasional Indonesia Dan Perusahaan Multinasional Jepang Tahun 2009-2016). [Http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/13899/](http://Repository.Uin-Suska.Ac.Id/13899/)
- Retno Sari Aprilia. (2021). PENGARUH ASIMETRI INFORMASI DAN UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP PRAKTIK MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN PERBANKAN DI BURSA EFEK INDONESIA. [Https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/1945/](https://Repository.Stiedewantara.Ac.Id/1945/)
- Rheny Afriana Hanif, F. O. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Dan Jasa Keuangan Yang Teerdaftar Di BEI 2014 – 2018 Dengan Perencanaan Pajak Sebagai Variabel Moderasi. [Http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Jot/Article/View/9410](http://Ejournal.Uin-Suska.Ac.Id/Index.Php/Jot/Article/View/9410)
- Rina Yuniarti, P. R. (2020). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan. [Https://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Pamator/Article/View/6953](https://Journal.Trunojoyo.Ac.Id/Pamator/Article/View/6953)
- Rizky Said Ramadhan. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan Sektor Pertambangan Terbuka Di Bursa Efek Indonesia. [Https://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/22027](https://Repositori.Usu.Ac.Id/Handle/123456789/22027)
- Samsul Hadi, M. O., Asyidatur Rosmaniar,. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Size) Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan. [Http://103.114.35.30/Index.Php/Balance/Article/View/2457](http://103.114.35.30/Index.Php/Balance/Article/View/2457)
- Wilda Asmarini. (2021). Wow, Setoran Tambang Ke Negara Tertinggi Sepanjang Masa! [Https://Www.Cnbcindonesia.Com/News/20211221164437-4-300981/Wow-Setoran-Tambang-Ke-Negara-Tertinggi-Sepanjang-Masa](https://Www.Cnbcindonesia.Com/News/20211221164437-4-300981/Wow-Setoran-Tambang-Ke-Negara-Tertinggi-Sepanjang-Masa)