

## PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DISCLOSURE DAN TAX PLANING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MODERASI

**Maria Cendriana Ria**

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

[cendryria@gmail.com](mailto:cendryria@gmail.com)

**Sri Lestari Yuli Prastyatini**

Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa Yogyakarta

[srilestariyuliprastyatini@gmail.com](mailto:srilestariyuliprastyatini@gmail.com)

### **Abstract**

*This study aims to examine whether CSR disclosure and tax planning can affect the value of companies with earnings management as a moderating variable. This study took samples from the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2016-2019 in property and real estate companies using a purposive sampling technique. Data collection is done by accessing [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) then processed using SPSS. The results show that the corporate social responsibility disclosure variable has a positive and significant effect on firm value in Property and Real Estate companies on the Indonesia Stock Exchange in 2016-2019, the tax planning variable has no effect on firm value in Property and Real Estate companies on the Stock Exchange. Indonesia in 2016-2019, Earnings management moderated the influence of corporate social responsibility disclosure on the company's firm value. In this study, earnings management strengthens the relationship between CSR disclosure and firm value. Earnings management moderates the effect of tax planning on firm firm value. In this study, earnings management weakens the relationship between tax planning and firm value.*

**Keywords:** *The effect of CSR disclosure and tax planning on firm value with earnings management as a moderating variable.*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji apakah csr disclosure dan tax planning dapat mempengaruhi nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi. Penelitian ini mengambil sampel dari Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2016-2019 di perusahaan property dan real estate dengan menggunakan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan mengakses [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) kemudian diolah menggunakan spss. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel *corporate social responsibility disclosure* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019, Variabel *tax planing* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019, Manajemen laba memoderasi pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan perusahaan. Dalam penelitian ini manajemen laba memperkuat hubungan antara *CSR disclosure* dengan nilai perusahaan, Manajemen laba memoderasi pengaruh *tax planing* terhadap nilai perusahaan perusahaan. Dalam penelitian ini manajemen laba memperlemah hubungan antara *tax planning* dengan nilai perusahaan.

**Kata kunci:** Pengaruh csr disclosure dan tax planning terhadap nilai perusahaan dengan manajemen laba sebagai variabel moderasi.

## 1. PENDAHULUAN

Dalam jangka panjang, tujuan perusahaan adalah mengoptimalkan nilai perusahaan. Semakin tinggi nilai perusahaan menggambarkan semakin sejahtera pula pemiliknya. Karena ketika harga saham perusahaan meningkat, nilai perusahaan dapat memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Semakin tinggi harga saham, semakin besar kekayaan pemegang saham. Nilai sebuah perusahaan tercermin dalam harga saham (Fame, 1978, Wahyudi, 2006). Perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan keuntungan bisnis untuk meningkatkan nilai perusahaan. Nilai korporasi tinggi dapat meningkatkan kebahagiaan pemegang saham. Dengan kebahagiaan seperti itu, para pemegang saham tidak akan ragu untuk menempatkan modal mereka (Puspaningrum, 2017).

Penelitian menunjukkan bahwa pemilik bisnis mengakui pentingnya CSR sebagai investasi sosial jangka panjang, dan bahwa tanggung jawab perusahaan terletak tidak hanya pada pemangku kepentingan tetapi juga pada pemangku kepentingan. Beberapa temuan ditemukan oleh enam pria dan Suhartati (2013) dalam (Zulfikar and Waharini 2018) menyatakan bahwa aktivitas CSR tidak mempengaruhi nilai perusahaan.

Nilai sebuah perusahaan adalah persepsi perusahaan dan sering dikaitkan dengan harga saham karena harga saham saat ini mencerminkan penilaian investor di masa depan perusahaan. Jika perusahaan memilih pilihan yang buruk, harga saham akan turun. Sejalan dengan itu, tujuan para eksekutif adalah untuk menentukan pilihan yang dapat menentukan biaya saham, karena ini akan menghasilkan kelimpahan bagi investor, kemudian memperluas nilai organisasi (Brigham dan Houston, 2010).

Tidak adanya kapasitas dewan untuk menghasilkan keuntungan, memungkinkan para eksekutif untuk bergerak berdasarkan informasi, khususnya pendapatan para eksekutif. (Marsaid and Pesudo 2019) menyatakan bahwa pendapatan eksekutif berpengaruh positif terhadap benefit organisasi dan *book esteem per share*. Ini terjadi karena di Nigeria profit dewan sangat sulit untuk diketahui. Hal ini sesuai dengan penelitian (Yudi Sungkono 2019) dan (Zulfikar and Waharini 2018) yang menyatakan bahwa pendapatan dewan komisaris secara fundamental mempengaruhi nilai saham. (Riana dan Diah Iskandar 2017) menyatakan bahwa pendapatan dewan berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan. Organisasi yang menarik keuntungan mereka untuk periode yang lalu akan kehilangan pendapatan mereka pada saat pasar tidak peduli tanpa pertanyaan. Penegasan ini dikemukakan oleh (Ardiani and Sudana 2018)

Penelitian ini menambahkan manajemen laba sebagai variabel moderasi. Alasan penambahan variabel moderasi manajemen laba yaitu karena manajemen laba dapat meningkatkan nilai perusahaan dalam jangka panjang (Tendy dkk, 2014) dalam (Sihotang and Sitorus 2018). Penelitian memasukan manajemen laba sebagai variabel pemoderasi yang diduga untuk memperkuat atau memperlemah terhadap nilai perusahaan.

Kegiatan CSR dapat menjadi salah satu strategi untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Tujuan membangun citra positif dengan pemangku kepentingan adalah untuk membuat CSR kendaraan untuk menambah nilai perusahaan. Dalam rapat kerja komisi xi DPR, menteri keuangan sri mulyani indrawati di gedung DPR jakarta, selasa, mengatakan pertumbuhan

ekonomi indonesia mencapai 6,3 persen. (Tandy, 2014) para investor dianjurkan untuk mengevaluasi praktik terbaik CSR.

Nilai perusahaan dengan CSR *disclosure* memiliki hubungan yang sangat kuat dan saling menguntungkan satu sama lain, kegiatan CSR *disclosure* dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan dan membawa perubahan yang lebih baik bagi perusahaan, karena keberadaan CSRI memperkuat keberlanjutan perusahaan. CSR dapat diartikan sebagai komitmen perusahaan untuk mempertanggungjawabkan dampak operasi dalam dimensi sosial, ekonomi serta lingkungan hidup. Dan sebaliknya nilai perusahaan memberikan dampak yang positif terhadap CSR seperti menyediakan kebutuhan masyarakat dengan memproduksi barang atau jasa untuk konsumen, dan perusahaan juga mempekerjakan buruh dan pegawai. Begitupun dengan nilai perusahaan terhadap *tax planning* memiliki hubungan bahwa pajak merupakan salah satu beban perusahaan yang harus dibayarkan kepada negara dan dapat mengurangi laba bersih perusahaan.

Hubungan *signalling theory* dengan penelitian ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan mengungkapkan laporan mengenai pelaksanaan CSR yang tercermin dari harga pasar saham dan laba perusahaan akan menarik minat investor untuk menanam saham dan meningkatkan nilai perusahaan. Dengan adanya praktik CSR yang baik, diharapkan nilai perusahaan akan dinilai dengan baik oleh investor (Nurlela, 2008). (Ayu dkk, 2017)

Fenomena kapitalisasi pasar menurun 21,3 persen yang dimuat dalam

artikel (Kompas.com,2020) Fenomena turunnya harga saham secara tidak langsung mengindikasikan menurunnya nilai perusahaan. Bursa Efek Indonesia (BEI) mengalami penurunan kapitalis pasar sebesar 21,3 persen menjadi Rp 5.717 triliun dari januari 2020 hingga 19 juni 2020. Sampai dengan akhir minggu lalu, indikator pasar dan perdagangan dinamis, dengan indeks harga saham gabungan (IHSG) turun 21,54 persen pada level 4.942. pada umumnya, seluruh indeks sektoral mengalami penurunan secara *year to date*. Sektor yang mengalami penurunan paling dalam selama tahun 2020 adalah sektor *property* dan *real estate* sebesar 33,56 persen. Disisi lain, sektor *consumer goods* menunjukkan kinerja indeks yang relatif baik dibandingkan indeks acuannya (IHSG dan LQ45).

Saat ini hampir seluruh kinerja indeks bursa global mengalami penurunan, yang turut diikuti penurunan nilai kapitalisasi pasar sahamnya (Sadono, 2020) (Sihotang and Sitorus 2018) Selanjutnya dari aktivitas perdagangan, rata-rata frekuensi perdagangan meningkat 9,29 persen menjadi 513 ribu kali perhari dengan rata-rata total nilai transaksi dan volume transaksi masing-masing sebesar Rp 7,72 triliun perhari dan 7,63 miliar lembar saham perhari.

Fenomena pandemi *corona*, momentum perusahaan optimalkan CSR pada media (compas.com 2020) menunjukkan bahwa pandemi *corona* dengan segala protokol penanganannya kian berdampak pada masyarakat Indonesia, terutama dari sektor ekonomi. Kementerian tenaga kerja 16 april 2020 menunjukkan bahwa ada 229.789 orang terkena Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) disektor formal dan pada periode tersebut jumlah pekerja yang dirumahkan

mencapai 1.270.007 orang. Dengan demikian total pekerja terdampak disektor formal berjumlah 1.500.156 orang dari 30.794 perusahaan di-PHK.

Total yang terdampak 1,9 juta orang, baik yang di-PHK dan dirumahkan (Fauziyah). Permasalahan ini menjadi peluang bagi perusahaan untuk ambil bagian meringankan beban warga masyarakat. Pelaksanaa CSR sudah tertera dalam undang-undang maupun peraturan pemerintah. Pelaksanaan kegiatan tersebut mendapatkan jaminan dan paying hukum, khususnya bagi perusahaan.yakni tertera pada UU nomor 40 tahun 2007 tentang peseroan terbatas dan peraturan pemerintah (PP) nomor 47/2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan perseroan terbatas. (sumber: Jakarta, Kompas.com).

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan bermanfaat untuk meningkatkan citra, *brand*, dan harga saham perusahaan. Dan perusahaan yang menerapkan CSR dapat meningkatkan pendapatan dari masyarakat dan saling menguntungkan. Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk menguji CSR *disclosure*, dan *tax planning* dengan mengambil sampel perusahaan *property*, dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2016-2019.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1 Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori keagenan (*agent theory*) dalam penelitian ini menggunakan konsep keagenan teori keagenan (*agent theory*) berdasarkan masalah keagenan yang muncul ketika pendirian suatu usaha dipisahkan dari kepemilikannya. Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk memberikan kesempatan kepada anggota untuk berkontribusi dalam bentuk modal, pengalaman dan tenaga

kerja untuk memaksimalkan keuntungan jangka panjang. Anggota peningkatan modal disebut pemilik (kursi). Anggota yang berkontribusi pada keterampilan dan pekerjaan mereka disebut supervisor organisasi. Kehadiran dua anggota ini (kepala dan spesialis) menimbulkan persoalan tentang pekerjaan yang harus dibentuk untuk menyesuaikan berbagai kepentingan di antara keduanya (Hendrawaty 2017)

### 2.2 Teori Sinyal (*signaling theory*)

Teori sinyal atau *signaling theory* penandaan yang bergantung pada anggapan-anggapan yang didapat oleh masing-masing pihak bukanlah sesuatu yang sangat mirip. Hipotesis ini diidentikkan dengan ketidakrataaan data yang menunjukkan adanya ketidakseimbangan data antara organisasi pengurus dan perkumpulan yang berkepentingan dengan data. Oleh karena itu, kepala daerah perlu memberikan data yang ideal melalui penerbitan ringkasan fiskal.

#### a. *Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)*

Menurut buku yang diterbitkan oleh P3DI RI dan Azza Grafika (2005) dalam (Indra Iman Sumantri, 2019) CSR adalah suatu konsep yang menyebutkan bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan terkait dengan “pembangunan berkelanjutan” dan keputusannya tidak hanya didasarkan

pada implikasi ekonomi, tetapi juga sosial dan lingkungan. Pasar untuk keputusan jangka pendek atau panjang. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kontribusi terhadap tujuan keberlanjutan perusahaan sedemikian rupa sehingga manajemen mempengaruhi semua pemangku kepentingan.

#### **b. Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR)**

Menurut buku yang diterbitkan oleh P3DI RI dan Azza Grafika (2005) dalam (Indra Iman Sumantri, 2019) CSR adalah suatu konsep yang menyebutkan bahwa organisasi, khususnya perusahaan memiliki berbagai bentuk tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang diantaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas, dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan, yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Tanggung jawab sosial perusahaan terkait dengan “pembangunan berkelanjutan” dan keputusannya tidak hanya didasarkan pada implikasi ekonomi, tetapi juga sosial dan lingkungan. Pasar untuk keputusan jangka pendek atau panjang. Oleh karena itu, tanggung jawab sosial perusahaan merupakan kontribusi terhadap tujuan keberlanjutan perusahaan sedemikian rupa sehingga manajemen mempengaruhi semua pemangku kepentingan.

#### **2.3 Manajemen Laba**

Dalam proses pelaporan keuangan organisasi, manajer atau para pembuat laporan keuangan dapat menghasilkan atau menerapkan manajemen pendapatan karena mereka mengharapkan keuntungan dari tindakan yang mereka ambil. Manajemen laba menggambarkan perilaku manajer ketika melaporkan

kegiatan usahanya dalam jangka waktu tertentu, yaitu kemungkinan adanya insentif tertentu bagi mereka untuk memantau data keuangan yang dilaporkan (Wulandari, 2010) di (Andreas dkk. 2017)

#### **2.4 Nilai Perusahaan**

Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar karena dapat memberikan aset pemegang saham terbesar pada saat terjadi kenaikan harga saham. Semakin tinggi harga saham, semakin besar kekayaan pemegang saham. Nilai perusahaan menunjukkan seberapa baik seorang manajer mengelola asetnya. Menurut teori perusahaan, tujuan utama dari sebuah perusahaan adalah untuk memaksimalkan aset atau nilai perusahaan (Salvatore, 2005). Nilai perusahaan yang tinggi akan membuat pasar tidak hanya percaya pada kinerja perusahaan saat ini, tetapi juga prospek perusahaan di masa depan.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berbentuk angka atau data kuantitatif yang diangkakan (*scoring*), jadi penilaian kuantitatif merupakan data yang memiliki kecenderungan dapat dianalisis dengan cara atau teknik statistik, Sugiyono (2015). Dan juga bersifat *eksplanatory research* yang merupakan jenis penelitian yang menjelaskan hubungan tertentu, pengaruh, atau menetapkan perbedaan antara kelompok atau independensi dari dua atau lebih faktor dalam satu objek yang diteliti. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan yaitu apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

### 3.1 Defenisi Operasional Dan Indikator Variabel Penelitian

#### a. Variabel Dependen (Nilai Perusahaan)

Variabel dependen (terkait) merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono 2019). Variabel dependen dalam penelitian ini adalah nilai perusahaan. Nilai perusahaan mencerminkan penilaian pasar terhadap keputusan investasi, pendanaan dan manajemen aset dan sering kali diapresiasi berdasarkan nilai buku dan nilai pasar saham (Keown dkk, 2005) dalam (Sihotang and Sitorus 2018) Nilai perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Tobin's Q*. *Tobin's Q* adalah alat ukur keuangan modern yang diperkenalkan oleh James Tobin pada tahun 1971 untuk mencerminkan nilai pasar dan total aset dibandingkan dengan nilai buku dari total asset (Tobin, 1971 dalam Ta dkk, 2018). *Tobin's Q* diukur dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Tobin, 1971 Ta dkk, 2018):

$$\text{Tobin's Q} = \frac{\text{MVE} + \text{DEBT}}{\text{TA}}$$

Keterangan:

MVE = Nilai pasar ekuitas saham (jumlah saham beredar x harga penutupan)

DEBT = Nilai buku dari hutang

TA = Nilai buku dari total aset

#### b. Variabel Independen

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab atau timbulnya variabel dependen (terkait), (Sugiyono 2011). Variabel independen dalam penelitian ini ada dua yaitu *Corporate*

*social responsibility disclosure* dan *Tax planning*.

#### 1) *Corporate social responsibility disclosure/ CSR (X1)*

Pengungkapan CSR Perusahaan terus berkomitmen untuk bertanggung jawab kepada masyarakat, lingkungan dan pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan (Sabatini dan Sultana, 2019). Perusahaan yang telah melaksanakan CSR umumnya mempublikasikan pelaksanaan CSR. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan dengan mengungkapkan laporan sosial dalam laporan keuangan. Pengungkapan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan sangat penting bagi pengguna laporan keuangan untuk menganalisis kepentingan perusahaan dalam pengelolaan bisnis dan derajat tanggung jawab sosial.

Metode perhitungan untuk menentukan skor indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah sebagai berikut:

Setiap item mendapat 1 poin jika diungkapkan, dan 0 poin jika tidak diungkapkan

a Perhitungan *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* diukur dari hubungan antara total skor yang diperoleh dengan skor tertinggi yang ada. Skor tertinggi dari setiap blok bervariasi sesuai dengan penyesuaian yang dilakukan untuk setiap blok indeks

CSR dalam penelitian ini dihitung dengan cara (Haniffa & Cooke, 2005):

$$\text{CSR}D_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSR<sub>Dj</sub> = Index *Corporate Social Responsibility* Perusahaan

$\sum X_{ij}$  = Total item CSR yang diungkapkan oleh perusahaan yang dinotasikan dengan angka 1 jika *item* diungkapkan, dan angka 0 jika *item* tidak diungkapkan. Dengan demikian,  $0 < CSRI_j < 1$

$N$  = total item,  $n_j = 91$

## 2) Perencanaan Pajak (X2)

Perencanaan pajak (*tax planning*) adalah, proses mengorganisasi usaha wajib pajak baik pribadi maupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimum (Pohan, 2013). Ada beberapa cara untuk mengukur perencanaan pajak, antara lain (1) *Effective tax rate* tarif pajak tunai efektif Menurut Dyreng et al (2008) berguna untuk menggambarkan aktivitas penghindaran pajak karena cash ETR tidak terpengaruh oleh perubahan estimasi, misalnya sebagai penilaian atau perlindungan pajak Perbedaannya. (2) *Long run cash ETR* Penggunaan ETR tunai jangka panjang diharapkan dapat menghilangkan perbedaan permanen dan benar-benar mencerminkan penghindaran pajak. (3) *Book tax difference* Perbedaan akuntansi pajak, yaitu selisih antara jumlah laba yang dihitung berdasarkan akuntansi dan jumlah laba yang dihitung berdasarkan nilai rata-rata harta, diharapkan dapat menggambarkan kegiatan perencanaan pajak (4) *Tax sheltering activity*, Kegiatan perlindungan pajak, atau untuk tujuan legislatif, pemerintah akan Penggunaan implementasi aturan perpajakan yang tidak konsisten pada awalnya dimaksudkan untuk menggambarkan kegiatan perencanaan pajak.

Rumus penulis untuk menghitung perencanaan pajak adalah dengan menghitung *Longrun Cash ETR*. Menurut Dyreng dkk. (2008), digunakan sebagai alat ukur untuk perencanaan pajak jangka pendek. *Cash Effective tax Rate ETR* tunai paling baik digunakan untuk menggambarkan aktivitas penghindaran pajak bisnis, karena *Cash Effective tax Rate ETR* tunai tidak terpengaruh oleh perubahan penilaian atau perlindungan pajak. Selain itu, penggunaan pengukuran pajak *Cash Effective tax Rate ETR* tunai dapat mengatasi masalah dan keterbatasan pengukuran penghindaran pajak berdasarkan model GAAP ETR. Menggunakan model yang dikembangkan oleh Dyreng dkk (2008) di (Sihotang dan Sitorus 2018), tarif pajak tunai efektif *Cash Effective tax Rate (Cash ETR)* dihitung sebagai berikut:

$$\sum_{T=1}^N \text{Cash Tax it}$$

CHASTER it =

$$\sum_{T=1}^N \text{Pretax Income it}$$

### c. Variabel Moderasi (Manajemen laba)

Variabel moderator adalah variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat. Variabel moderasi dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba adalah kebijakan akuntansi yang dipilih oleh manajer berdasarkan standar akuntansi yang ada, yang secara alami dapat memaksimalkan keuntungan mereka atau nilai pasar perusahaan (Scott, 2012). Dalam (Ardiani and Sudana 2018) Rumus perhitungan manajemen laba dalam penelitian ini menggunakan model rumus *Discretionary Accrual (Modified Jones method)* yaitu sebagai berikut:

#### 1) Menghitung total akrual

$$TA_{it} = Nit - CFO_{it} \dots\dots\dots(1)$$

Keterangan :

Tait =Total akrual perusahaan i pada periode waktu t

Nit =Laba bersih perusahaan i pada periode waktu t

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

b) Menghitung *Non Discretionary Accruals*

$$NDAit = \beta 1 (1/Ait-1) + \beta 2 ((\Delta REVit - \Delta RECit)/Ait-1)) + \beta 3 (PPEit/Ait-1).....(2)$$

• Keterangan:

• NDAit = *Non discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

• Ait-1 = Total aset perusahaan i pada periode waktu t-1

•  $\Delta REVit$  =Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode waktu t

•  $\Delta RECit$  =Perubahan piutang perusahaan i pada periode waktu t

• PPEit =Aset tetap perusahaan i pada periode waktu t

•  $\beta$  =Koefisien regresi

• Menghitung *Discretionary Accruals* (DA)

$$DAit = TAit - NDAit .....(3)$$

• Keterangan:

• Dait =*Discretionary accruals* perusahaan i pada periode waktu t

• Tait =Total akrual perusahaan i pada periode waktu t

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### 4.1 Hasil Penelitian

Bab ini akan menguraikan pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan *tax planing* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh manajemen laba. Berdasarkan teknik pengambilan sampel yang telah disebutkan pada bab sebelumnya, yaitu dengan menggunakan *purposive sampling* dapat diketahui dari seluruh perusahaan Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) terdapat 14 perusahaan dari tahun 2016 sampai dengan tahun 2019 yang memenuhi kriteria.

#### a. Analisis Deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran atau deskripsi suatu data. Dalam hal ini analisis statistik deskriptif dilihat menggunakan nilai minimum, nilai maksimum, rata-rata (*mean*), dan standar deviasi. Tabel memperlihatkan statistik deskriptif variabel sampel yang diteliti.

#### b. Statistik Deskriptif

Variabel	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
NP	0,12932	4,25565	0,94195	0,69278
CSDI	0,24945	0,64835	0,48154	0,09205
TAX	0,00005	1,14838	0,10157	0,18012
EM	0,00047	0,05330	0,12873	0,12853

Sumber : Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan diskripsi data di atas diperoleh nilai rata-rata besarnya nilai perusahaan adalah sebesar 0,94195 dengan nilai penyimpangan standar deviasi sebesar 0,69278. Pada variabel *Corporate social responsibility disclosure* menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,48154 dengan nilai penyimpangan standar deviasi sebesar 0,09205. Selanjutnya variabel *tax planing* memiliki nilai rata-rata sebesar 0,10157 dengan nilai penyimpangan standar deviasi sebesar 0,18012. Kemudian pada variabel manajemen laba diperoleh nilai rata-rata sebesar 0,12873 dengan nilai penyimpangan standar deviasi sebesar 0,12853. Secara keseluruhan nilai penyimpangan standar deviasi lebih kecil dari nilai mean maka dapat dinyatakan data secara keseluruhan cenderung berdistribusi normal.

#### c. Hasil Uji Asumsi Klasik

##### 1) Pengujian Normalitas

Uji normalitas yang dimaksud untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi normal,



model regresi mengasumsikan bahwa residual atau variabel pengganggu mengikuti distribusi normal. Pengujian normalitas menggunakan teknik analisis *Kolmogorov-Smirnov*. Hasil analisis

menyatakan bahwa data residual berdistribusi normal jika probabilitas lebih besar dari taraf signifikan 5% ( $p > 0,05$ ). Hasil uji normalitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut

**Tabel Hasil Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,63722864
Most Extreme Differences	Absolute	,134
	Positive	,134
	Negative	-,091
Kolmogorov-Smirnov Z		1,313
Asymp. Sig. (2-tailed)		,064
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Berdasarkan diatas dapat dilihat bahwa hasil uji normalitas di atas menunjukkan bahwa *kolmogorov-smirnov Z* sebesar 1,313 dengan *asymp sig (2 tailed)* sebesar 0,064, dikarenakan nilai *asymp sig(2 tailed)* tersebut lebih besar dari 0,05 (5%) maka dapat disimpulkan bahwa data residual memiliki distribusi normal. Dengan kata lain, model regresi yang digunakan memenuhi asumsi normalitas.

## 2) Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pengujian adanya multikolinearitas dilakukan dengan memperhatikan besarnya nilai VIF. Jika nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil

Uji multikolinearitas disajikan pada Tabel berikut:

**Hasil Uji Multikolinearitas**

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	CSDI	,997	1,003
	TAX	,997	1,003
	EM	1,000	1,000
a. Dependent Variable: NP			

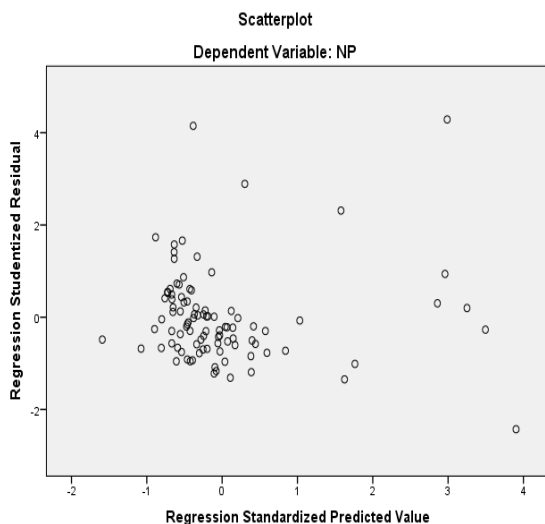
Sumber : Hasil Olah Data, 2021.

Berdasarkan diatas dapat diketahui hasil perhitungan dengan menggunakan *SPSS 21.0*, menunjukan bahwa nilai VIF kurang dari 10. Dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam persamaan model regresi, yang berarti tidak terdapat korelasi antar variabel bebas dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

### 3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya heterogenitas dari residual satu pengamatan ke varians pengamatan lain dalam model regresi. Jika varians dari satu pengamatan ke pengamatan lain konstan, disebut homoskedastisitas. Sedangkan jika variansnya berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik tidak memiliki heteroskedastisitas. Metode yang digunakan untuk menguji heteroskedastisitas dalam penelitian ini memakai diagram *scatterplot*.

**Gambar Diagram Scatterplot**



Sumber: Hasil olah data, 2021.

Dari Gambar diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan dibawah 0 pada sumbu Y, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4) Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linear ada korelasi antar kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1(sebelumnya).

Jika terjadi korelasi maka disebut problem autokorelasi. Run testing merupakan analisis non parametrik yang dapat digunakan untuk menguji apakah residual memiliki korelasi yang tinggi, jika tidak ada korelasi antar residual maka nilai residual disebut random atau random. Run Test digunakan untuk melihat apakah data residual terjadi secara random atau tidak (sistematis).

#### Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardize d Residual
Test Value <sup>a</sup>	-,13070
Cases < Test Value	48
Cases >= Test Value	48
Total Cases	96
Number of Runs	42
Z	-1,436
Asymp. Sig. (2- tailed)	,151
a. Median	

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Pada *output Runs Test* di atas terlihat bahwa nilai test -1,436 sedangkan nilai probabilitasnya adalah 0,151. Untuk menyimpulkan apakah terjadi gejala autokorelasi atau tidak maka nilai *test* dibandingkan dengan nilai tabel atau nilai probabilitas dibandingkan dengan nilai alphanya. Berdasarkan *output* tersebut diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,151 lebih besar dari pada 0,05, sehingga hipotesis nihil menyatakan nilai residual menyebar secara acak diterima. Dengan demikian maka tidak terjadi autokorelasi.

### d. Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menguji pengaruh *corporate social responsibility disclosure* dan *tax planing* terhadap nilai perusahaan yang dimoderasi oleh manajemen laba

dilakukan dengan teknik regresi linier regresi berganda dengan program SPSS berganda. Rangkuman hasil perhitungan disajikan pada Tabel berikut:

### Ringkasan Hasil Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,128	,470		-,272	,787
	CSDI	2,063	,923	,274	2,234	,028
	TAX	-,589	,595	-,153	-,991	,324
	EM	120,921	50,460	1,663	2,396	,019
	CSDIEM	-264,204	106,127	-1,827	-2,490	,015
	TAXEM	208,828	60,629	,688	3,444	,001

a. Dependent Variable: NP

**Sumber: Hasil olah data, 2021.**

Berdasar Tabel 4.6 di atas dapat disusun persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -0,128 + 2,063CSDI - 120,921TAX + 120,921EM - 264,204CSDI*EM + 208,828TAX*EM$$

Berdasarkan persamaan regresi linier berganda di atas, maka dapat dijelaskan mengenai hubungan antara variabel bebas dan variabel teriaktnya.

1. Nilai konstanta sebesar -0,128 menyatakan jika tidak ada variabel lain yang mempengaruhi nilai perusahaan, maka rata-rata besarnya nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,128.
2. Variabel *corporate social responsibility disclosure* memiliki koefisien regresi sebesar 2,063, yang artinya jika *corporate social responsibility disclosure* mengalami peningkatan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 2,063.
3. Variabel *tax planing* memiliki koefisien regresi sebesar -0,589, yang artinya

jika *tax planing* mengalami peningkatan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar 0,589.

4. Variabel manajemen laba memiliki koefisien regresi sebesar 120,921, yang artinya jika manajemen laba mengalami peningkatan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 120,921.
5. Variabel interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba memiliki koefisien regresi sebesar -264,204, yang artinya jika interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba mengalami peningkatan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami penurunan sebesar -264,204.
6. Variabel interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba memiliki koefisien regresi sebesar 208,828, yang artinya jika interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba mengalami

peningkatan satu satuan maka nilai perusahaan akan mengalami peningkatan sebesar 208,828.

### 1) Hasil Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Hasil uji F dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut:

#### Hasil Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,060	5	2,412	6,474	,000 <sup>b</sup>
	Residual	33,534	90	,373		
	Total	45,594	95			
a. Dependent Variable: NP						
b. Predictors: (Constant), TAXEM, CSDI, EM, TAX, CSDIEM						

Sumber : Hasil olah data, 2021

Berdasarkan Tabel Diatas diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 6,474 dengan taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa signifikan  $F_{hitung}$  lebih kecil dari signifikan 0,05 yang artinya *corporate social responsibility disclosure, tax planing*, manajemen laba, interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba, dan interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

### 2) Hasil Uji t

Pengujian hipotesis ini menggunakan uji statistik t, yaitu pengujian yang menunjukkan pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Uji hipotesis ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh

variabel *corporate social responsibility disclosure, tax planing*, manajemen laba, interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba, dan interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba secara parsial terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Property* dan *Real Estate*. Berdasarkan dari hasil perhitungan yang ditunjukkan pada Tabel 4.6 dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- a) Pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh nilai signifikansi t dari variabel *corporate social responsibility disclosure* sebesar 0,028 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 2,063. Dikarenakan nilai signifikan t lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- b) Pengaruh *tax planing* terhadap nilai perusahaan Dengan menggunakan tingkat signifikan sebesar  $\alpha = 5\%$ , diperoleh nilai signifikansi t pada *tax planing* sebesar 0,324 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -0,589. Dikarenakan nilai signifikan t lebih besar dari 0,05, hal ini berarti pada variabel *tax planing* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.
- c) Pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh nilai signifikansi t dari variabel manajemen laba sebesar 0,019 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 120,921. Dikarenakan nilai signifikan t lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.
- d) Pengaruh interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan

manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh nilai signifikansi t dari interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba sebesar 0,015 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar -264,204. Dikarenakan nilai signifikan t lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

- e) Pengaruh interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan Tabel 4.6 diperoleh nilai signifikansi t dari interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba sebesar 0,001 dan memiliki nilai koefisien regresi sebesar 208,828. Dikarenakan nilai signifikan t lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan.

### 3) Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Kemudian untuk mengetahui besarnya pengaruh dari keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikatnya, dapat ditunjukkan oleh besarnya R<sup>2</sup> seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.8.

#### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,514 <sup>a</sup>	,265	,224	,61040991
a. Predictors: (Constant), TAXEM, CSDI, EM, TAX, CSDIEM				

Sumber: Hasil olah data, 2021.

Berdasarkan hasil pengujian diperoleh nilai *Adjusted R square* sebesar 0,224, hal ini berarti variasi perubahan nilai perusahaan dipengaruhi oleh variasi

dari *corporate social responsibility disclosure, tax planing*, manajemen laba, interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba, dan interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba sebesar 22,4% dan sisanya sebesar 77,6% dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar model penelitian ini.

### 4.2 Pembahasan

#### a. Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan

Berdasarkan analisis data di atas dinyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis pertama yang menyatakan Terdapat pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan terbukti. Hal ini menunjukkan bahwa makin tingginya pengungkapan tanggung jawab social perusahaan mampu meningkatkan nilai perusahaan di mata investor. Hasil penelitian ini sependapat dengan Hosana & Juniarti (2016) yang menyatakan jika perusahaan menerapkan CSR maka akan dapat meningkatkan nilai perusahaan yang direspon positif oleh *stakeholder*.

Menurut Jo & Harjoto (2011), salah satu trend yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan penting untuk diterapkan dan diungkapkan perusahaan adalah aktivitas *corporate social responsibility* (CSR). Respon positif tersebut dikarenakan para pemangku kepentingan melihat bahwa risiko sanksi, boikot, dan protes terhadap perusahaan semakin berkurang. Karena risiko perusahaan yang rendah dan reputasi yang baik di mata pelanggan, perusahaan memiliki peluang untuk meningkatkan penjualan, yang dapat meningkatkan laba perusahaan,

sehingga meningkatkan harga saham perusahaan, memberikan keuntungan bagi investor dan meningkatkan nilai perusahaan. nilai. Dengan praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang baik, investor diharapkan dapat menilai nilai perusahaan dengan baik (Sabatini & Sudana, 2019). Penelitian Jo & Harjoto (2011) menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan dapat meningkatkan nilai perusahaan, yang didukung oleh Rustiarini (2010) dan Gregory et al. (2014). Penelitian dengan hasil positif menegaskan bahwa manajemen perusahaan menyadari pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan sebagai investasi sosial jangka panjang. Tanggung jawab perusahaan tidak hanya kepada pemegang saham, tetapi juga kepada pemangku kepentingan lainnya (*stakeholder*).

#### **b. Pengaruh *Tax Planing* Terhadap Nilai Perusahaan**

Pada pengujian ini menunjukkan bahwa *tax planing* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis kedua yang menyatakan terdapat pengaruh *tax planning* terhadap nilai perusahaan tidak terbukti. Tidak adanya pengaruh ini dapat dikarenakan investor memandang bahwa pajak adalah sudah menjadi kewajiban perusahaan yang harus dibayarkan oleh suatu perusahaan yang menjalankan aktivitasnya. Dan ini juga disebabkan oleh respon yang diberikan pasar (investor) terhadap tarif pajak yang dibayarkan oleh perusahaan merupakan tarif yang wajar sesuai dengan aturan tarif dari pemerintah. Dengan demikian, perubahan pada besar kecilnya pajak tidak berdampak nyata pada nilai perusahaan. Hal ini sejalan dengan penelitian Mauliana Tiani Marsaid, David Adechandra Ashedica Pesudo (2019) yang

menyatakan *tax planning* tidak memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dan juga sependapat dengan Ftouhi (2015) yang berpendapat bahwa perencanaan pajak mempengaruhi nilai perusahaan secara negative. Salah satu upaya pengelolaan pajak adalah perencanaan pajak, yaitu suatu usaha yang meliputi perencanaan pajak agar pajak yang dibayarkan oleh perusahaan benar-benar efektif. Tujuannya adalah untuk menemukan beberapa celah yang dapat diambil dalam koridor hukum perpajakan, sehingga perusahaan dapat mengenakan pajak dengan jumlah yang paling rendah. (Pohan 2013).

#### **c. Moderasi Manajemen Laba pada Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* Terhadap Nilai Perusahaan**

Hasil analisis menemukan bahwa interaksi antara *corporate social responsibility disclosure* dengan manajemen laba berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis ketiga yang menyatakan manajemen laba memperlemah hubungan *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan terbukti. Dengan demikian, manajemen laba yang tinggi akan merugikan perusahaan dalam jangka panjang apabila terdeteksi dan perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari para investor dan *stakeholder*. Hal ini akan menurunkan citra positif yang sudah dibangun perusahaan dengan mengungkapkan CSR dan membuat nilai perusahaan terlihat buruk, tercermin di pasar saham akan meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawaty (2008), Ridwan, Ardi (2013), dan Lesmana (2017) menunjukkan bahwa manajemen laba

berpengaruh negatif pada nilai perusahaan serta Rahmawati dan Putri (2011) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh negatif pada kinerja keuangan.

#### **e. Moderasi Manajemen Laba pada Pengaruh *Tax planing* Terhadap Nilai Perusahaan**

Pada penelitian ini menunjukkan bahwa interaksi antara *tax planing* dengan manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, sehingga hipotesis keempat yang menyatakan manajemen Laba memperkuat hubungan *tax planning* terhadap nilai perusahaan terbukti. Hal ini berarti upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan berdampak baik pada nilai perusahaan (Sihotang and Sitorus 2018) Hal ini sejalan dengan penelitian (Andreas, dkk 2017) menyatakan manajemen laba berpengaruh signifikan dan positif terhadap nilai perusahaan. Peningkatan manajemen laba dipengaruhi peningkatan total akrual. Subanijda dkk (2014) menyatakan manajemen laba dan *leverage* mempengaruhi nilai perusahaan. peningkatan manajemen laba akan meningkatkan nilai perusahaan. Penelitian Nwaobia dkk. (2016) menyatakan hasil dari OLS yang kuat menunjukkan bahwa koefisien proksi perencanaan pajak (ETR) secara statistik signifikan positif pada nilai. Manajemen laba mampu memperkuat *tax planning* terhadap *firm value*. Manajemen laba mampu memoderasi pengaruh *tax planning* terhadap nilai perusahaan

## **5. PENUTUP**

### **5.1 Simpulan**

Sejalan dengan hasil penelitian dan pembahasan yang ditemukan dalam penelitian ini, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel *corporate social responsibility disclosure* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019.
2. Variabel *tax planing* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan *Property* dan *Real Estate* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2016-2019.
3. Manajemen laba memoderasi pengaruh *corporate social responsibility disclosure* terhadap nilai perusahaan perusahaan. Dalam penelitian ini manajemen laba memperkuat hubungan antara CSR *disclosure* dengan nilai perusahaan.
4. Manajemen laba memoderasi pengaruh *tax planing* terhadap nilai perusahaan perusahaan. Dalam penelitian ini manajemen laba memperlemah hubungan antara *tax planning* dengan nilai perusahaan

### **5.2 Saran**

Berdasarkan pada hasil hasil penelitian dan kesimpulan, dapat diberikan disarankan antara lain yaitu:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada perusahaan sektor *property* dan *real estate*, penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan-perusahaan sektor lainnya.
2. Pengaruh yang diberikan dalam hasil penelitian ini hanya sebesar 22,4%. Maka penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel baru atau variabel lain yang diprediksi turut

memberikan kontribusi signifikan dalam meningkatkan pengaruhnya terhadap nilai perusahaan.

3. Sehubungan dengan sedikitnya sampel penelitian dikarenakan tidak lolos sebagai sampel penelitian, maka penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada perusahaan yang memiliki jumlah populasi besar seperti perusahaan manufaktur.
4. Terbukti variabel *corporate social responsibility disclosure* memberikan pengaruh signifikan pada nilai perusahaan, maka sebaiknya para investor dalam berinvestasi untuk memperhatikan tingginya tingkat pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang dilakukan oleh sebuah perusahaan

#### DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Hans Hananto, Albert Ardeni, and Paskah Ika Nugroho. 2017. "Konservatisme Akuntansi Di Indonesia." *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* 20(1): 1.
- Ardiani, Ni Luh Nia, and I Putu Sudana. 2018. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Manajemen Laba." *E-Jurnal Akuntansi* 24: 2333.
- Ayu, Ida, Putu Oki, Yacintya Dewi, and Gerianta Wirawan Yasa. 2017. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Tipe Industri Dan Kinerja Lingkungan Terhadap Environmental Disclosure." *E-Jurnal Akuntansi* 20(3): 2362-91.
- Ghozali, Imam. 2016. *Desain Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Untuk Akuntansi, Bisnis Dan Ilmu Sosial Lainnya*.
- Hendrawaty, Ernie. 2017. *Excess Cash Dalam Teori Keagenan*.
- Herawati, Hetti, and Diah Ekawati. 2016. "Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan (The Effect of Tax Planning on Firm Value)." *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan* 4(1): 873-84.
- Indayani, Siti, and Budi Hartono. 2020. "Analisis Pengangguran Dan Pertumbuhan Ekonomi Sebagai Akibat Pandemi Covid-19." *Jurnal Perspektif* 18(2): 201-8.
- Indra Iman Sumantri, Intan Ayu Andini. 2019. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Good." *Jurnal Akuntansi Bareleng* 4(1): 50-63.
- Marsaid, Mauliana Tiani, and David Adechandra Ashedica Pesudo. 2019. "Pengaruh Tax Planning Terhadap Nilai Perusahaan Mauliana Tiani Marsaid." *Jurnal Bingkai Ekonomi* 4(2): 11-24. <http://itbsemarang.ac.id/jbe/index.php/jbe33/article/view/91>.
- Nana, Darna, and Herlina Elin. 2018. "Memilih Metode Penelitian Yang Tepat: Bagi Penelitian Bidang Ilmu Manajemen." *Jurnal Ilmu Manajemen* 5(1): 288. <https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/ekonologi/article/view/1359>.
- Puspaningrum, Yustisia. 2015. "Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr), Keputusan Investasi, Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Pemoderasi." *Core.Ac.Uk*. <https://core.ac.uk/download/pdf/148614396.pdf>.
- Ramadhani, Ajeng Ricky, I Gusti Ayu Purnamawati, and Edy Sujana. 2017. "Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Moderating." *Jurusan Akuntansi Program S1* 7(1): 1-9.
- Riana dan Diah Iskandar. 2017. "Pengaruh Ukuran Perusahaan , Corporate



Governance Dan Struktur Modal Terhadap Nilai Perusahaan ( Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011 – 2014 ).” *Profita* 10(3): 409–25.

Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba.” : 15–30.

Sabatini, Kalvarina, and I Putu Sudana. 2019. “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi.” *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Bisnis* 14(1): 56–69.

Setiawan, Inonu, and Sitorus. 2015. “Implementasi GAP (Good Agriculture Practice) Lada Dan Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Lada Di Desa Petaling Banjar, Kecamatan Mendo Barat.” *Enviagro, Jurnal Pertanian dan Lingkungan* 8(2): 72–82.

Sihotang, Wimbildon, and Riris Rotua Sitorus. 2018. “Pengaruh Struktur Ownership Dan Tax Planning Terhadap Firm Value Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Pemoderasi.” *Media Akuntansi Perpajakan* 3(1): 1–14. <http://journal.uta45jakarta.ac.id/index.php/MAP/article/view/1258>.

Sugiyono. 2017. “Download Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan r & d Sugiyono Pdf Click Here to Get File.” : 380.

Winata, Fenny. 2014. “Pengaruh Corporate Governance Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013.” *Tax & Accounting Review* 4 (1)(1): 1–11.

Yudi Sungkono. 2019. “Pengaruh Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia.” *Parameter* 4(1).

Zulfikar, Arif, and Faqiatul Mariya Waharini. 2018. “Pengaruh Pengungkapan CSR Dan Ukuran