



Received : 16 Mar 2023 Revised: 25 Apr 2023 Accepted: 10 Mei 2023 Published : 31 Mei 2023

PENGARUH *INCOME SMOOTHING* DAN *CORPORATE SOSIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP NILAI PERUSAHAAN

Anggun Anggraini¹, Indawati², Yefita Lahagu³, Holiawati⁴, Endang Ruhiyat⁴

Universitas Pamulang Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Indonesia
E-mail: dosen02156@unpam.ac.id, dosen02151@unpam.ac.id,
yefita_lahagu@yahoo.com, dosen00011@unpam.ac.id, E-
Ruhiyat_00020@unpam.ac.id

Abstract

This study aims to test and analyze the effect of Income Smoothing and Corporate Social Responsibility on Company Value. This type of research is quantitative research, using secondary data. The data analysis method used is a panel data regression test using Microsoft Excel and Eviews 9 applications. The population in this study is all food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange in the period 2017 to 2021. The data collection technique in this study is a purposive sampling technique with the results of 72 study populations into 22 research samples processed in this study. The results showed that Income Smoothing and Corporate Social Responsibility simultaneously affect the Value of the Company. While partially, Income Smoothing has no effect on Company Value and Corporate Social Responsibility has no effect on Company Value.

Keywords: *Income Smoothing; Corporate Social Responsibility; Company Value*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Income Smoothing* dan *Corporate Social Responsibility* terhadap Nilai Perusahaan. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dengan menggunakan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah uji regresi data panel dengan menggunakan aplikasi Microsoft Excel dan Eviews 9. Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2017-2021. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dengan hasil dari 72 populasi penelitian menjadi 22 sampel penelitian yang diolah dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Income Smoothing* dan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara simultan terhadap Nilai Perusahaan. Sedangkan secara parsial, *Income Smoothing* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Nilai Perusahaan.

* Corresponding author's e-mail: : dosen02156@unpam.ac.id
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI>

Kata kunci : *Income Smoothing; Corporate Social Responsibility; Nilai Perusahaan*

1. PENDAHULUAN

Keberhasilan perusahaan sering kali bergantung pada kepuasan pelanggan. Tujuan perusahaan dapat melibatkan memberikan produk atau layanan berkualitas tinggi, menjaga kepuasan pelanggan yang tinggi, dan membangun hubungan jangka panjang dengan mereka. Fokus pada kepuasan pelanggan dapat membantu perusahaan mempertahankan basis pelanggan yang kuat dan membedakan dirinya dari pesaing. Menurut (Sofiatin, D. A. (2020) “Kinerja perusahaan yang baik dapat berpengaruh positif pada nilai perusahaan, sementara kinerja yang buruk dapat mengurangi nilai perusahaan”. Menurut (Puspaningrum, 2017) “Kinerja keuangan yang kuat, seperti pertumbuhan pendapatan yang stabil, margin laba yang tinggi, dan pengelolaan yang efisien terhadap biaya, dapat meningkatkan profitabilitas perusahaan”. Profitabilitas yang baik cenderung memberikan dampak positif pada nilai perusahaan karena mencerminkan potensi perusahaan untuk menghasilkan keuntungan yang lebih tinggi di masa depan. Dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan, manajemen perusahaan sering kali berfokus pada meningkatkan kinerja dalam berbagai aspek seperti keuangan, operasional, pemasaran, dan pengembangan sumber daya manusia. (Dewi, dkk. 2019).

Fenomena tersebut dikutip dari situs Qolb (investasi.kontan.co.id) dan diberikan oleh Wahyu pada 14 April 2020. Data Otoritas Jasa Keuangan (OJK) menunjukkan bahwa rata-rata nilai transaksi harian saham di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada 2020 hanya Rp 6,96 triliun pada 3 April 2020. Dibandingkan rata-rata nilai transaksi harian tahun sebelumnya pada 4/5/2019 sebesar Rp 9,67 triliun, jumlah tersebut terkoreksi 28 persen. Sebagai perbandingan, rata-rata volume transaksi harian di BEI sepanjang tahun 2020 turun 49 persen menjadi 7,39 miliar saham. Padahal, rata-rata volume transaksi harian tahun lalu sebanyak 14,5 miliar saham. Herditya Wicaksana, Analis MNC Sekuritas, menambahkan bisnis dan berbagai industri mengalami penurunan paling tajam akibat pandemi virus corona. Virus global ini berdampak besar pada bisnis dan berbagai industri karena telah mempengaruhi ekspor dan impor. Selain itu, industri yang menggunakan barang impor juga mendapat tekanan dari devaluasi rupiah. Ke depan, Chris memprediksi nilai transaksi di BEI akan tetap rendah. Kemungkinan masih rendah karena dampak RUU tersebut dan adanya beberapa reksa dana bermasalah yang disuspend oleh OJK.

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *income smoothing*. Praktik *income smoothing* dapat membantu mengurangi fluktuasi laba tahunan, yang pada gilirannya mengurangi risiko yang dirasakan oleh investor dan kreditor. Dalam lingkungan bisnis yang tidak stabil, investor dan kreditor cenderung menghargai perusahaan dengan tingkat risiko yang lebih rendah. Dengan menciptakan kesan stabilitas laba, perusahaan dapat menarik investor yang mencari investasi yang lebih aman dan kreditor yang lebih percaya dalam memberikan pinjaman. Penelitian (Owa,

dkk. 2019) “menunjukkan *income smoothing* berpengaruh terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia”. Jika praktik *income smoothing* dilakukan dengan cara yang transparan dan sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku, hal ini mungkin tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap kepercayaan investor. Namun, jika praktik tersebut dilakukan secara tidak etis atau melanggar prinsip akuntansi yang sehat, hal ini dapat mengurangi kepercayaan investor terhadap perusahaan dan mempengaruhi nilai perusahaan. Teori agensi menyoroti adanya konflik kepentingan antara pemegang saham (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen). Manajemen mungkin memiliki insentif untuk melakukan *income smoothing* guna mengurangi fluktuasi laba dan menciptakan kesan stabilitas. Dengan melakukan *income smoothing*, manajemen dapat mencapai keselarasan antara kepentingan pribadi dan kepentingan pemegang saham. Pengurangan konflik ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pemegang saham, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi nilai perusahaan. (Owa, dkk. 2019).

Faktor yang mempengaruhi nilai perusahaan adalah *corporate social responsibility* (CSR). Melalui implementasi CSR yang efektif, perusahaan dapat membangun reputasi yang baik di mata publik, pelanggan, dan pemangku kepentingan lainnya. Dengan berpartisipasi dalam kegiatan sosial, lingkungan, dan keberlanjutan, perusahaan menciptakan citra sebagai entitas yang bertanggung jawab secara sosial. Reputasi yang baik dan citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan dan kesetiaan pelanggan, serta menarik minat investor dan karyawan yang berkualitas. Ini dapat berdampak positif pada nilai perusahaan. Penelitian (Abdullah, dkk. 2017) “menemukan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan”. Hal ini dikarenakan pengungkapan CSR yang komprehensif dan terpercaya dapat membantu membangun reputasi yang baik bagi perusahaan. Dengan menyampaikan informasi tentang komitmen sosial dan lingkungan, inisiatif, dan pencapaian, perusahaan dapat membuktikan kredibilitas dan tanggung jawab mereka terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Reputasi yang baik sebagai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dapat meningkatkan nilai merek, menarik pelanggan yang lebih banyak, dan menciptakan kepercayaan dari pemangku kepentingan. Teori agensi mengakui adanya asimetri informasi antara pemegang saham (prinsipal) dan manajemen perusahaan (agen). Pengungkapan CSR yang komprehensif dan terpercaya membantu mengurangi asimetri informasi ini dengan memberikan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya akses ke informasi yang relevan tentang praktik sosial dan lingkungan perusahaan. Dengan memperoleh informasi ini, pemangku kepentingan dapat membuat keputusan investasi yang lebih informasi dan memahami komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Pengurangan asimetri informasi ini dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pemegang saham, serta berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan.

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan *food and beverage*, hal ini dikarenakan Perusahaan makanan dan minuman juga semakin fokus

pada praktik keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Isu-isu seperti penggunaan sumber daya alam yang berkelanjutan, limbah dan polusi, hak-hak pekerja, dan etika bisnis menjadi perhatian penting dalam industri ini. Penelitian dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi dan mengelola dampak sosial dan lingkungan mereka, serta memahami bagaimana praktik keberlanjutan dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

2. KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Teori keagenan menurut Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan hubungan yang timbul dari kesepakatan antara prinsipal dan pihak lain, yang disebut agen, dimana prinsipal mendelegasikan suatu tugas kepada agen. Teori agensi merupakan kerangka kerja yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajer (agen) yang bertanggung jawab atas operasional perusahaan. teori agensi yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan, yaitu *income smoothing* (perlataan laba) dan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Income smoothing merujuk pada praktik manajemen yang bertujuan untuk meratakan fluktuasi laba perusahaan dari tahun ke tahun. Tujuan utama *income smoothing* adalah menciptakan stabilitas laba dan mengurangi volatilitas laba yang dapat memengaruhi persepsi dan kepercayaan pemegang saham, kreditor, dan pihak lain terhadap kinerja perusahaan. Dalam teori agensi, *income smoothing* dapat dipahami sebagai upaya manajer untuk mengurangi konflik keagenan dan menciptakan kesan kinerja yang lebih stabil, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada nilai perusahaan.

Teori agensi menyoroti adanya konflik kepentingan antara pemegang saham dan manajemen perusahaan. Pengungkapan CSR yang baik dapat membantu mengatasi konflik ini dengan menjaga dan memperkuat hubungan antara manajemen dan pemegang saham. Dengan mengungkapkan informasi tentang praktik sosial dan lingkungan yang dilakukan, perusahaan menunjukkan komitmen mereka terhadap kepentingan pemangku kepentingan dan membangun kepercayaan. Pengungkapan CSR yang transparan dan terpercaya dapat menunjukkan bahwa manajemen bertindak dalam kepentingan pemegang saham dan tidak mengabaikan tanggung jawab sosial mereka. Ini dapat mengurangi konflik dan meningkatkan nilai perusahaan.

Holiawati, & Endang Ruhiyat, (2019) Nilai perusahaan mencerminkan nilai intrinsik perusahaan tersebut dan merupakan hasil dari faktor-faktor yang mempengaruhi nilai ekonomi perusahaan.

Sedangkan Alfonsa (2017) *income smoothing* adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengurangi fluktuasi pendapatan dalam laporan keuangan mereka dari tahun ke tahun, Alfonsa (2017). Menurut Sari, R., & Febrianti, R. A. (2021) *Corporate Social Responsibility* adalah sebagai upaya dari perusahaan untuk menaikkan citranya di mata publik dengan membuat program-program amal baik yang bersifat eksternal maupun internal.

Pengembangan Hipotesis

* Corresponding author's e-mail: : dosen02156@unpam.ac.id
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI>

Pengaruh *Income Smoothing* Terhadap Nilai Perusahaan

Saifaddin, M. (2020, April) “Perataan laba adalah praktik manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba dari tahun ke tahun dan menciptakan stabilitas laba yang lebih besar selama periode waktu tertentu”. Perataan laba dapat memberikan kesan bahwa kinerja keuangan perusahaan konsisten dan dapat diandalkan. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan tersebut dan meningkatkan minat mereka untuk berinvestasi di saham perusahaan tersebut. Investor umumnya memberikan nilai lebih kepada perusahaan yang kinerja keuangannya stabil dan dapat diandalkan dalam jangka panjang. Tingkat manipulasi laba yang tinggi mengaburkan kinerja sebenarnya dari perusahaan. “Konflik keagenan mengarah pada tindakan manajemen oportunistik, seperti praktik perataan laba, di mana keuntungan yang dilaporkan bersifat ilusi (Partami et al, 2015)”. Penelitian (Ilham, et al. 2018) “menunjukkan bahwa *Income Smoothing* secara parsial berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan”. Dengan proses perataan laba, laba yang sebelumnya tinggi yang memberikan reaksi positif investor untuk membeli saham pada tahun tertentu akan hilang karena perusahaan tidak akan pernah menghasilkan laba yang mengesankan akibat efek perataan laba. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti berhipotesis bahwa *Income Smoothing* perusahaan dapat menurunkan harga saham perusahaan atau dengan kata lain nilai perusahaan.

H1: Diduga *Income Smoothing* berpengaruh Negatif terhadap Nilai Perusahaan.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Nilai Perusahaan

Menurut Hamdan (2016:174) “Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR) didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada pemangku kepentingannya, terutama kepada masyarakat atau wilayah kerja dan operasinya”. Suatu perusahaan dapat dikatakan bertanggung jawab secara sosial apabila memiliki visi terhadap kegiatan operasional yang tidak hanya menghasilkan laba tetapi dapat meningkatkan kesejahteraan komunitas atau masyarakat. Tanggung Jawab Sosial Perusahaan merupakan program yang memberikan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk peningkatan efisiensi dan nilai bisnis jangka panjang. Hasil penelitian (Karina et al. 2020) “menunjukkan bahwa tanggung jawab sosial berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Semakin baik suatu perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial, maka nilai perusahaan akan semakin meningkat”. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran perusahaan terhadap pelaksanaan dan pengungkapan kegiatan CSR. Sehingga perusahaan dapat mencapai kinerja pasar yang baik dalam jangka panjang yang dapat dinikmati oleh semua lapisan masyarakat. Komunikasi CSR yang baik dapat membantu membangun reputasi perusahaan. Teori keagenan menjelaskan praktik CSR yang baik dapat membantu mengurangi konflik perusahaan antara pemilik dan manajer. Dengan mengadopsi praktik tanggung jawab sosial perusahaan yang bertanggung jawab, perusahaan menunjukkan komitmen mereka untuk bertindak demi kepentingan pemangku

kepentingan yang lebih luas, termasuk pemegang saham. Hal ini dapat meningkatkan kepercayaan dan meningkatkan hubungan antara pemilik dan manajer yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menduga bahwa inisiatif CSR yang diterapkan oleh perusahaan berdampak positif bagi masyarakat dan lingkungan bisnis, sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.
H2: Diduga *Corporate Social Responsibility* berpengaruh Positif terhadap Nilai Perusahaan.

3. METODE RISET

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dan menggunakan metode asosiatif. Menurut (Sugiyono, 2019:8) Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme, yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Alat penelitian digunakan dalam pengumpulan data. Analisis data bersifat kuantitatif/statistik dan berfungsi untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. “Sedangkan metode asosiatif menurut (Sugiyono, 2019:11) Penelitian asosiasi bertujuan untuk mengetahui pengaruh dua variabel atau lebih atau hubungannya”. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi seluruh perusahaan real estate dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2021. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis penelitian ini menggunakan regresi data panel dengan menggunakan aplikasi Excel dan E-Views versi 10. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder.

Variabel dan Pengukuran

Pengukuran nilai perusahaan menggunakan formula Sumantri dkk. (2019):

$$Price\ to\ Book\ Value = \frac{Market\ Price\ Per\ Share}{Book\ Value\ Per\ Share}$$

Pengukuran *income smoothing* menggunakan formula (Rizqi, dkk. 2020):

$$Indeks\ Eckel = \frac{CV\Delta I}{CV\Delta S}$$

$$\text{di mana: } CV\Delta I = \frac{\sum(\Delta i - \Delta I)^2}{n-1} : \Delta I : \text{ dan } CV\Delta S = \frac{\sum(\Delta s - \Delta S)^2}{n-1} : \Delta S$$

Suripto. (2021). Variabel *Corporate Social Responsibility* pada penelitian ini diukur dengan konten analisis. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan mengubah informasi kualitatif tentang pengungkapan CSR dari laporan tahunan perusahaan menjadi skor. Skor ini diberikan untuk pengungkapan CSR yang sesuai

dengan panduan pernyataan (item pengungkapan) Indeks Global Reporting Initiative (GRI). Pemberian skor kuantitas pengungkapan CSR pada penelitian ini mengadaptasi (Gunawan dan Abadi, 2017). Berikut ini adalah skor kuantitas menurut Suripto, (2021) sebagai berikut :

Tabel 1.1 *Global Reporting Initiative (GRI) Standar*

Indeks Skoring	Keterangan
0	Tidak ada informasi yang diungkapkan sesuai dengan indikator
1	Kalimat
2	Paragraf
3	2-3 Paragraf
4	4-5 Paragraf
5	>Paragraf

Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Library Research* yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan variabel penelitian.

Metode Analisis Data

Sebuah teknik untuk memecahkan masalah yang diberikan. Dalam analisis masalah (data) selanjutnya, penulis menggunakan metode regresi data panel. Data panel (*pool*), yang merupakan gabungan dari data *time series* dan data *cross-sectional*. Oleh karena itu, data panel menunjukkan kombinasi karakteristik, yaitu data yang terdiri dari banyak objek dan mencakup beberapa periode waktu (Winarno, 2011). Umumnya pendugaan parameter dalam analisis regresi pada data cross sectional dilakukan dengan menggunakan metode *least square* atau biasa disebut *Ordinary Least Square* (OLS).

4. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Tabel 4.1 Hasil Uji Statistik Deskriptif

	NP	IS	CSR
Mean	347.6545	-88.46876	58.48182
Median	335.0000	1.037500	60.00000
Maximum	897.0000	3711.510	79.00000
Minimum	34.00000	-17269.00	36.00000
Std. Dev.	216.1778	1703.344	9.109660
Skewness	0.481175	-9.336281	-0.433792
Kurtosis	2.488432	96.07371	2.895309
Jarque-Bera	5.444178	41302.16	3.500123
Probability	0.065737	0.000000	0.173763

* Corresponding author's e-mail: : dosen02156@unpam.ac.id
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI>

Sum	38242.00	-9731.564	6433.000
Sum Sq. Dev.	5093879.	3.16E+08	9045.464
Observations	110	110	110

Hasil menunjukkan bahwa jumlah pengamatan (obs = observations) pada penelitian Perusahaan *food and beverages* sebanyak 110 yang berasal dari 22 perusahaan dengan periode tahun 2017-2021. Nilai minimum NP sebesar 34.00000 lebih besar dari IS sebesar -17269.00 hal ini menunjukkan bahwa ada variasi yang signifikan antara nilai perusahaan dan praktik *income smoothing* pada level minimum. Dalam konteks ini, nilai perusahaan mengacu pada ukuran nilai pasar perusahaan atau metrik yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, sedangkan *income smoothing* mengacu pada praktik manajemen untuk meratakan fluktuasi laba perusahaan. Ini mengindikasikan praktik *income smoothing* yang dilakukan oleh perusahaan tidak efektif dalam mencapai tujuannya. Meskipun ada upaya untuk meratakan fluktuasi laba, namun nilai perusahaan tetap bervariasi secara signifikan pada level minimum. Sedangkan nilai maksimum NP sebesar 897.0000 lebih kecil dari IS sebesar 3711.510 ini menunjukkan nilai perusahaan yang lebih kecil dari *income smoothing*, dapat diinterpretasikan bahwa ada variasi yang signifikan antara nilai perusahaan dan praktik *income smoothing* pada level maksimum. Dalam konteks ini, nilai perusahaan mengacu pada ukuran nilai pasar perusahaan atau metrik yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, sedangkan *income smoothing* mengacu pada praktik manajemen untuk meratakan fluktuasi laba perusahaan. Hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa praktik *income smoothing* yang dilakukan oleh perusahaan cukup efektif dalam meratakan fluktuasi laba dan menciptakan stabilitas nilai perusahaan pada level maksimum. Praktik ini mungkin telah membantu mengurangi fluktuasi yang berlebihan dalam kinerja perusahaan dan memberikan persepsi kestabilan kepada pemangku kepentingan.

Nilai minimum NP sebesar 34.00000 lebih kecil dari CSR sebesar 36.00000 ini menunjukkan bahwa ada variasi yang signifikan antara nilai perusahaan dan implementasi CSR pada level minimum. Dalam konteks ini, nilai perusahaan mengacu pada ukuran nilai pasar perusahaan atau metrik yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, sedangkan CSR mengacu pada tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diemban oleh perusahaan. Hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan belum efektif dalam memberikan dampak positif pada nilai perusahaan pada level minimum. Implementasi CSR mungkin tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi pemangku kepentingan terhadap nilai perusahaan, atau mungkin ada kekurangan dalam pelaksanaan CSR yang tidak memberikan manfaat yang diharapkan. Sedangkan nilai maksimum NP sebesar 897.0000 lebih besar dari CSR sebesar 79.00000 ini menunjukkan nilai perusahaan yang lebih besar dari Corporate Social Responsibility

(CSR), dapat diinterpretasikan bahwa ada variasi yang signifikan antara nilai perusahaan dan implementasi CSR pada level maksimum. Dalam konteks ini, nilai perusahaan mengacu pada ukuran nilai pasar perusahaan atau metrik yang digunakan untuk mengukur nilai perusahaan, sedangkan CSR mengacu pada tanggung jawab sosial dan lingkungan yang diemban oleh perusahaan. Hasil tersebut dapat mengindikasikan bahwa implementasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan cukup efektif dalam memberikan dampak positif pada nilai perusahaan pada level maksimum. Implementasi CSR mungkin telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan nilai perusahaan melalui perbaikan reputasi perusahaan, kepercayaan pemangku kepentingan, atau penciptaan nilai jangka panjang.

Hasil variabel nilai perusahaan dan CSR menunjukkan nilai mean yang lebih besar dari standard deviation menunjukkan bahwa ada nilai-nilai yang lebih tinggi yang menyebabkan peningkatan rata-rata. Dalam konteks ini, ada variasi yang cukup besar dalam data di sekitar nilai rata-rata yang berkontribusi pada nilai standard deviation yang lebih rendah. Sedangkan untuk *income smoothing* menunjukkan nilai mean lebih kecil dari std deviasi nilai mean yang lebih kecil dari standard deviation menunjukkan bahwa ada nilai-nilai yang lebih rendah yang menyebabkan penurunan rata-rata. Dalam konteks ini, ada variasi yang cukup besar dalam data di sekitar nilai rata-rata yang berkontribusi pada nilai *standard deviation* yang lebih tinggi.

Pemilihan Teknik Analisis Model Data Panel

Tabel 4.2 Hasil Uji Chow

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	4.458743	(21,86)	0.0000
Cross-section Chi-square	81.022911	21	0.0000

Hasil uji chow menunjukkan bahwa model yang tepat adalah *fixed effect*. Dapat dilihat nilai *cross sections* F sebesar $0.0000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.3 Hasil Uji Hausman

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	0.807105	2	0.6679

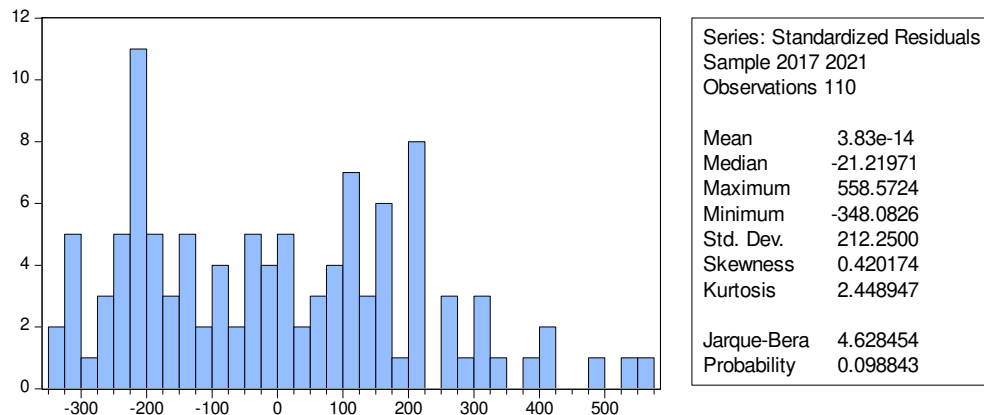
Random Effect Model (REM) adalah model yang tepat, menurut hasil penelitian Hausman. Nilai probabilitas *cross-section Chi-square* $0.6679 > 0,05$ menunjukkan bahwa H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.4 Hasil Uji Lagrange Multiplier

Test	Statistic	d.f.	Prob.
Breusch-Pagan LM	300.5086	231	0.0014
Pesaran scaled LM	2.210301		0.0271
Pesaran CD	2.016084		0.0438

Hasil dari *uji Lagrange multiplier* menunjukkan model yang diterima adalah *random effect model* (REM). Dapat dilihat nilai *Breusch-pagan* adalah $0.0014 < 0.05$. Maka, H_0 ditolak dan H_a diterima.

Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



Gambar 4.1 Grafik Histogram Uji Normalitas

Hasil uji normalitas grafik distribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan skor *Jarque-Bera* sebesar 4,628454 dengan probabilitas sebesar 0,098843, dimana nilai tersebut lebih besar dari $\alpha = 0,05$ (5%) atau ($0,098843 > 0,05$).

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas

	NP	IS	CSR
NP	1.000000	0.063007	-0.188846
IS	0.063007	1.000000	-0.049403

CSR	-0.188846	-0.049403	1.000000
-----	-----------	-----------	----------

Tidak ada multikolinearitas antar variabel independen, menurut ketentuan nilai 0,9. Nilai korelasi masing-masing variabel bebas masing-masing adalah -0,063007 dan -0,188846.

Uji Heterokedastisitas

Tabel 4.6 Hasil Uji Heterokedastisitas

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	264.0014	90.29139	2.923883	0.0042
IS	0.000138	0.006215	0.022201	0.9823
CSR	-1.455353	1.524631	-0.954561	0.3420

Hasil uji heteroskedastisitas memberikan probabilitas. Perataan laba (X1) sebesar $0,9823 > 0,05$, tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. nilai kemungkinan. *Corporate Social Responsibility* (X2) sebesar $0,3420 > 0,05$. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas pada penelitian ini .

Uji Autokorelasi

Tabel 4.7 Hasil Uji Autokorelasi

R-squared	0.010871	Mean dependent var	-0.704545
Adjusted R-squared	-0.012402	S.D. dependent var	236.8148
S.E. of regression	238.2789	Sum squared resid	4826029.
F-statistic	0.467101	Durbin-Watson stat	2.937569
Prob(F-statistic)	0.628416		

Sebagaimana ditunjukkan oleh hasil penelitian, Durbin Watson memiliki nilai 2.937569. Ketika nilai DW antara -2 atau +2 atau $-2 < \text{DW} < +2$ berada di antara -2 dan 2, dapat disimpulkan bahwa tidak ada masalah dengan autokorelasi, sehingga model ini sesuai untuk analisis lebih lanjut.

Hasil Uji Regresi Data Panel

Tabel 4.8 Hasil Uji Regresi Data Panel

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	632.2025	196.0919	3.224011	0.0017
IS	0.000772	0.010151	0.076014	0.9395

$$\text{CSR} \quad -4.864413 \quad 3.302442 \quad -1.472974 \quad 0.1437$$

$$Y = 632.2025 + 0.000772 X_1 - 4.864413 X_2 + e$$

Hasil persamaan tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 632.2025 yang berarti jika variabel independen adalah nol (0), maka besarnya NP adalah sebesar 632.2025 dan sebaliknya.
2. Nilai koefisien regresi IS yang diperoleh sebesar 0.000772 bernilai positif, hal ini berarti setiap kenaikan IS akan menaikkan NP sebesar 0.000772 dan sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi CSR yang diperoleh sebesar -4.864413 bernilai negatif, hal ini berarti setiap kenaikan CSR akan menurunkan NP sebesar -4.864413 dan sebaliknya.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

R-squared	0.539704	Mean dependent var	347.6545
Adjusted R-squared	0.416602	S.D. dependent var	216.1778
S.E. of regression	165.1177	Akaike info criterion	13.24142
Sum squared resid	2344691.	Schwarz criterion	13.83062
Log likelihood	-704.2784	Hannan-Quinn criter.	13.48041
F-statistic	4.384190	Durbin-Watson stat	2.544979
Prob(F-statistic)	0.000000		

Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai Adjusted R-squared adalah 0,416602. Artinya dalam penelitian ini variabel bebas *income smoothing* dan *corporate social responsibility* sebesar 41% terhadap nilai perusahaan, sedangkan sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Menurut tabel 4.9, hasil penelitian menunjukkan bahwa *income smoothing* dan *corporate social responsibility* memengaruhi nilai perusahaan secara bersamaan. Nilai probabilitas (F-statistic) sebesar 0,000000 menunjukkan bahwa nilai ini lebih kecil dari taraf signifikan, atau $0,000000 < 0,05$.

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hasil dapat dijelaskan sebagai berikut, seperti yang ditunjukkan dalam tabel 4.8:

1. Pengaruh *Income Smoothing* Terhadap Nilai Perusahaan

* Corresponding author's e-mail: : dosen02156@unpam.ac.id
<http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JABI>

Hasil penelitian nilai probabilitas pada variabel *Income Smoothing* dari tingkat signifikan yang ditentukan $0.9395 > 0.05$, maka variabel *Income Smoothing* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam teori keagenan, *income smoothing* dapat dikaitkan dengan upaya manajemen perusahaan untuk mengurangi fluktuasi laba dengan tujuan mempengaruhi bagaimana kinerja perusahaan dilihat dan dinilai oleh pemangku kepentingan. Namun, jika *income smoothing* tidak berdampak pada nilai perusahaan, ini menunjukkan bahwa upaya manajemen untuk meratakan fluktuasi laba tidak mempengaruhi nilai perusahaan secara signifikan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Ilham, dkk.2018) *Income smoothing* tidak memengaruhi nilai perusahaan; namun, jika praktik *income smoothing* tidak dilakukan secara transparan atau tidak diungkapkan dengan jelas kepada pemangku kepentingan, hal ini dapat mengurangi kredibilitas perusahaan. Pemangku kepentingan, terutama investor, lebih suka transparansi dan integritas dalam pelaporan keuangan. Jika *income smoothing* dilakukan dengan cara yang tidak transparan atau dipandang tidak jujur, hal ini dapat menimbulkan keraguan dan dapat berdampak negatif pada penilaian nilai perusahaan.

2. Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan

Hasil penelitian nilai probabilitas pada variabel *corporate social responsibility* dari tingkat signifikan yang ditentukan $0.1437 > 0.05$, maka variabel *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Teori keagenan menekankan bahwa manajemen perusahaan memiliki insentif untuk memaksimalkan keuntungan mereka sendiri, yang mungkin tidak selalu sejalan dengan kepentingan pemilik perusahaan. Jika penelitian menunjukkan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan, hal ini menunjukkan bahwa dalam konteks tersebut, manajemen lebih fokus pada aspek profitabilitas daripada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Pristianingrum, N. 2018) variabel pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini dikarenakan jika aktivitas CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak terkait secara langsung dengan bisnis inti perusahaan atau tidak berdampak langsung pada kinerja keuangan, maka pengaruhnya terhadap nilai perusahaan mungkin terbatas. Jika pemangku kepentingan utama lebih fokus pada aspek-aspek lain seperti kualitas produk, profitabilitas, atau inovasi, mereka mungkin tidak memberikan bobot yang signifikan pada praktik CSR dalam penilaian nilai perusahaan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dan berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan penelitian sebagai berikut: 1) *Income smoothing* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan.

2) *Corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Dalam melakukan penelitian tentang pengaruh *income smoothing* dan CSR terhadap nilai perusahaan, peneliti mungkin menghadapi beberapa keterbatasan. Data yang relevan untuk mengukur praktik *income smoothing* atau CSR sulit didapatkan atau terbatas dalam cakupan atau kualitasnya. Hal ini dapat membatasi generalisasi hasil penelitian. Pengukuran praktik *income smoothing* atau CSR dapat menjadi subjektif dan tergantung pada definisi dan metode pengukuran yang digunakan. Jika tidak ada konsensus yang jelas tentang pengukuran yang tepat, perbandingan antara studi atau generalisasi hasil penelitian dapat sulit dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh *income smoothing* dan CSR terhadap nilai perusahaan, berikut adalah saran yang dapat diberikan kepada pihak eksternal yaitu untuk menyediakan informasi yang transparan tentang praktik *income smoothing* dan kegiatan CSR mereka kepada para pemangku kepentingan eksternal. Hal ini akan membantu pihak eksternal memahami lebih baik bagaimana perusahaan mengelola laba dan berkontribusi pada tanggung jawab sosial dan meningkatkan komunikasi dan dialog dengan pihak eksternal terkait praktik *income smoothing* dan CSR. Ini dapat melibatkan pertemuan, diskusi terbuka, atau mekanisme lain yang memungkinkan pemangku kepentingan untuk mengajukan pertanyaan, memberikan masukan, atau menyampaikan kekhawatiran mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, W., Syariati, A., & Hamid, R. (2017). Pengaruh corporate social responsibility (CSR), ukuran perusahaan dan interest based debt (IBD) terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di Jakarta Islamic index periode 2010-2016. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 4(2), 122-135.
- Alfonsa Dian Sumarno. 2017. "Income Smoothing dalam Perusahaan Manufaktur ". *Jurnal Elektronik Rekaman*, ISSN: 2598-8107, Vol. 1, No. 1. November 2017.
- Dewi, L. S., & Abundanti, N. (2019). Pengaruh profitabilitas, likuiditas, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(10), 6099.
- Hamdani, 2016. *Good Corporate Governance: Tinjauan Etika dalam Praktik Bisnis*. Edisi 1.
- Ilham, R. N., Sinurat, M., & Sari, E. N. (2018). Pengaruh Earnings Aggressiveness dan Income Smoothing Terhadap Firm Value Dengan Good Corporate

Governance Sebagai Variabel Moderating Di Bursa Efek Indonesia. *Kajian Akuntansi*, 19(2), 179-190.

Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of financial economics*, 3(4), 305-360.

Karina, D. R. M., & Setiadi, I. (2020). Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan dengan GCG sebagai pemoderasi. *Jurnal Riset Akuntansi Mercu Buana*, 6(1), 37-49.

Owa, E., Purwanto, N., & Sari, A. R. (2019). PENGARUH PROFITABILITAS, LEVERAGE DAN INCOME SMOOTHING TERHADAP NILAI PERUSAHAAN PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA (BEI) PERIODE 2016-2018. *Jurnal Riset Mahasiswa Akuntansi*, 7(2).

Partami, Ni Luh Ningsih; Ni Kadek Sinarwati; dan Nyoman Ari Surya Darmawan, 2015. Pengaruh Manajemen Laba Riil Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Corporate Governance Sebagai Variabel Pemoderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia). *e Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha*, Vol.3 No.1:1-12.

Pristianingrum, N. (2018). Pengaruh ukuran, profitabilitas, dan pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia. *UNEJ e-Proceeding*, 353-364.

Puspaningrum, Y. (2017). Pengaruh corporate social responsibility dan kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dengan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderating (Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia). *Jurnal Profita: Kajian Ilmu Akuntansi*, 5(2).

Rizqi, A., & Murdayanti, Y., (2020). Pengaruh Persistensi Laba, Kesempatan Bertumbuh dan Income Smoothing terhadap Kualitas Laba. *Jurnal Akuntansi Perpajakan dan Auditing*, Vol. 1, No. 1, 97-108.

Saifaddin, M. (2020, April). Pengaruh Struktur Modal, Income Smoothing Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Good Corporate Governance (GCG) Sebagai Variabel Moderasi. In *Prosiding Seminar Nasional Pakar* (pp. 2-48)

- Sari, R., & Febrianti, R. A. (2021). Moderasi Profitabilitas Atas Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 12(2), 131-135.
- Septiani, E., Holiawati, H., & Ruhiyat, E. (2019). Environmental Performance, Intellectual Capital, Praktik Penghindaran Pajak dan Nilai Perusahaan. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 21(1), 61-70.
- Sofiatin, D. A. (2020). Pengaruh profitabilitas, leverage, likuiditas, ukuran perusahaan, kebijakan deviden terhadap nilai perusahaan (studi empiris pada perusahaan manufaktur subsektor industri dan kimia yang terdaftar di BEI periode 2014-2018). *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi)*, 1(1), 47-57.
- Sugiyono. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumantri, I. I., & Andini, I. A. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Perencanaan Pajak Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Akuntansi Barelang*, 4(1), 50-63.
- Suripto. (2021). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kualitas Audit dan Manajemen Laba terhadap Tax Avoidance pada Perusahaan Pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)* Vol. 5 No. 1, 2021, Universitas Pamulang, 5(P-ISSN; 2541-5255 E-ISSN: 2621-5306), 1651–1672.