ABSTRAK

Dimas Vico Marco : Pengaruh Manajemen Laba terhadap Nilai Perusahaan: CSR sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di (ISSI) Tahun 2019-2023

Nilai perusahaan dalam perspektif syariah yang menekankan pentingnya transparansi, keadilan, dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangan. Namun realitas di lapangan menunjukkan masih maraknya praktik manajemen laba yang mengaburkan informasi keuangan demi kepentingan manajemen. Kondisi ini menjadi deviasi terhadap prinsip akuntansi syariah yang menuntut kejujuran dan amanah dalam pengelolaan perusahaan. Di sisi lain, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dipandang mampu memperbaiki reputasi serta meningkatkan nilai perusahaan. Namun, hasil penelitian sebelumnya masih menunjukkan ketidakkonsistenan mengenai pengaruh CSR dan manajemen laba terhadap nilai perusahaan, khususnya di perusahaan makanan dan minuman syariah yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah riset tersebut dengan pendekatan berbasis prinsip syariah.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh bukti empiris mengenai (1) pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI, serta (2) peran moderasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam memperkuat atau memperlemah hubungan antara manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi moderasi. Data yang digunakan adalah data panel dari enam perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI selama periode 2019–2023, dengan total 30 observasi. Variabel manajemen laba diukur dengan discretionary accruals menggunakan model Modified Jones, nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q, dan CSR diukur melalui indeks pengungkapan Global Reporting Initiative (GRI). Teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Agency Theory, Legitimacy Theory, dan Signaling Theory sebagai fondasi konseptual yang relevan.

Hasil penelitian ini menunjukkan temuan sebagai berikut: (1) manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan, dan (2) CSR terbukti memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan secara signifikan dengan memperkuat pengaruh tersebut. Model regresi menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,912 dan hasil uji F sebesar 90.268 dengan signifikansi $<0,001$, yang menandakan bahwa model ini secara simultan signifikan. Temuan ini memperkuat pentingnya integritas laporan keuangan dan pengungkapan CSR sebagai strategi peningkatan nilai perusahaan.