

BAB IV

PAPARAN DATA DAN TEMUAN DATA

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Hasil Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, objek yang menjadi fokus adalah perusahaan sektor *consumer non-cyclical*, khususnya pada sub sektor *food and beverage*. Pemilihan objek penelitian ini didapatkan dengan cara *purposive sampling* sehingga didapat 10 sampel perusahaan dari 43 perusahaan. Dari sampel tersebut dikalikan dengan periode penelitian yaitu 4 tahun sehingga data yang dapat di teliti adalah 40 data.

Dalam upaya untuk lolos uji asumsi klasik salah satunya uji normalitas, peneliti melakukan transformasi data terhadap variabel dependen (Y) menggunakan pendekatan *square root transformation* atau transformasi akar kuadrat. Transformasi ini dilakukan menggunakan perangkat lunak *EViews* dengan sintaks:

$$\text{generate sqrt_y} = @sqrt(y)$$

Perintah tersebut digunakan untuk menghasilkan variabel baru *sqrt_y* yang merupakan hasil dari akar kuadrat masing-masing nilai pada variabel *y*. Transformasi akar kuadrat dipilih karena merupakan salah satu teknik yang umum digunakan dalam mengatasi masalah penyimpangan dari distribusi normal, khususnya ketika data memiliki nilai ekstrem atau *outlier*.

Transformasi ini dilakukan hanya satu kali dan secara khusus ditujukan untuk memperbaiki distribusi data dalam rangka memenuhi asumsi normalitas. Tidak terdapat pengurangan jumlah observasi karena fungsi akar kuadrat dapat diterapkan pada seluruh nilai nol dan bilangan positif yang ada dalam dataset. Oleh karena itu, jumlah data setelah transformasi tetap sama seperti sebelum transformasi dilakukan.

2. Profil Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* Sub Sektor *Food and Beverage*

- a. PT. Mayora Indah Tbk (MYOR)

Gambar 4.1. Logo Emiten MYOR



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Mayora Indah Tbk memulai operasionalnya pada tahun 1977, dengan mendirikan pabrik pertamanya di wilayah Tangerang. Berdasarkan ketentuan dalam Anggaran Dasar perusahaan, ruang lingkup kegiatan PT Mayora Indah Tbk mencakup aktivitas di sektor industri. Saat ini, bersama dengan entitas anak usahanya, perusahaan memproduksi berbagai jenis barang konsumsi yang secara umum

terbagi ke dalam dua kelompok utama, yaitu produk makanan olahan dan produk minuman olahan. Kegiatan produksinya terbagi ke dalam enam divisi berbeda, yang masing-masing bertanggung jawab atas pengolahan produk tertentu. Meskipun memiliki fokus produksi yang bervariasi, seluruh divisi tersebut beroperasi secara terintegrasi dalam mendukung proses bisnis perusahaan secara menyeluruh.

Pada tahap awal, perusahaan ini memfokuskan distribusi produknya untuk memenuhi permintaan konsumen di Jakarta dan daerah sekitarnya. Seiring waktu dan pertumbuhan bisnis yang pesat, perusahaan kemudian memperluas cakupannya ke seluruh Indonesia. Pada tahun 1990, PT Mayora Indah Tbk melangkah menjadi perusahaan terbuka dengan mencatatkan sahamnya di Bursa Efek Indonesia melalui Penawaran Umum Perdana (*IPO*), sekaligus memperluas sasaran pasarnya ke wilayah ASEAN. Setelah itu, jangkauan ekspornya terus berkembang hingga mencakup berbagai negara di kawasan Asia, dan saat ini, produk-produknya telah tersebar luas di lima benua di dunia.⁹⁷

⁹⁷ PT Mayora Indah Tbk, "Tentang Kami | Mayora Indah," n.d., accessed April 20, 2025, <https://www.mayoraindah.co.id/landing/Perusahaan-1>.

b. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF)



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memulai kiprahnya pada tahun 1990 dengan nama awal PT Panganjaya Intikusuma, yang saat itu merupakan hasil kerja sama dengan Fritolay Netherland Holding B.V., anak perusahaan dari PepsiCo Inc. Pada tahun 1994, perusahaan ini resmi mengganti namanya menjadi PT Indofood Sukses Makmur dan mulai melantai di bursa saham melalui penawaran umum perdana (IPO). Tiga tahun berselang, yakni pada 1997, Indofood memperluas cakupan usahanya dengan masuk ke sektor perkebunan, agrobisnis, serta jaringan distribusi. Kini, lini usaha perusahaan mencakup beragam bidang, termasuk produksi makanan siap saji, pembuatan bumbu dan minuman, pengolahan kemasan, produksi minyak goreng, penggilingan tepung terigu, hingga pembuatan karung untuk kemasan tepung.⁹⁸

⁹⁸ IDNFinancials, “PT. Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF),” n.d., accessed April 21, 2025, <https://www.idnfinancials.com/id/indf/pt-indofood-sukses-makmur-tbk>.

c. PT Ultrajaya Milk and Industry Trading Company Tbk (ULTJ)

Gambar 4.3. Logo Emiten UL TJ



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk (ULTJ) merupakan perusahaan yang bergerak di sektor makanan dan minuman, dengan fokus utama pada produksi susu dan teh siap konsumsi. Usaha ini bermula pada tahun 1958 di kota Bandung, Jawa Barat, sebagai industri rumahan yang mengemas dan menjual susu. Perusahaan kemudian bertransformasi menjadi perseroan terbatas pada tahun 1971 dan resmi tercatat di bursa saham lewat penawaran umum perdana (IPO) pada tahun 1990. Salah satu produk minuman jus kemasan milik perusahaan, Buavita, kemudian diambil alih oleh PT Unilever Indonesia pada tahun 2008. Sejumlah produk andalan yang dikenal luas di pasar Indonesia antara lain adalah Ultra Milk (merek utama perusahaan), Ultra Susu Kental Manis, Ultra Mimi, Teh Kotak, Sari Asem Asli, Sari Kacang Ijo, serta keju yang diproduksi melalui kemitraan dengan Kraft Heinz. Ultra Milk telah

menjadi pemimpin pasar dalam kategori susu cair selama bertahun-tahun, sementara Teh Kotak mendominasi pasar minuman teh dalam kemasan karton.⁹⁹

d. PT Siantar Top Tbk (STTP)

Gambar 4.4. Logo Emiten STTP



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Siantar Top Tbk adalah perusahaan publik yang memproduksi makanan ringan dan minuman. Didirikan pada tahun 1972, perusahaan ini memulai operasinya sebagai pionir industri camilan di Jawa Timur dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 1996 dengan kode saham STTP. PT Siantar Top memproduksi berbagai jenis makanan seperti mie ringan, biskuit, wafer, kerupuk, permen, hingga kopi instan. Perusahaan memiliki sejumlah pabrik yang tersebar di Sidoarjo, Medan, Bekasi, dan Makassar, serta telah memperluas jangkauan bisnisnya ke beberapa

⁹⁹ IDNFinancials, "PT Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk," n.d., accessed April 21, 2025, <https://www.idnfinancials.com/id/ultj/pt-ultra-jaya-milk-industry-trading-company-tbk>.

negara Asia, termasuk Tiongkok. Dengan fokus pada kualitas dan inovasi, PT Siantar Top Tbk terus memperkuat posisinya sebagai salah satu pemimpin di industri makanan ringan Indonesia.¹⁰⁰

e. PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk (GOOD)

Gambar 4.5. Logo Emiten GOOD



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk adalah salah satu perusahaan terkemuka di industri makanan dan minuman Indonesia. Meskipun resmi didirikan pada tahun 1990, akar bisnis perusahaan ini sudah dimulai sejak tahun 1979 oleh pendirinya, Darmo Putro, melalui PT Tudung Putra Jaya (TPJ) yang berlokasi di Pati, Jawa Tengah. Garudafood dikenal luas dengan berbagai produk makanan dan minuman yang dipasarkan di bawah tujuh merek ternama, yaitu Garuda, Gery, Chocolatos, Clevo, Prochiz, Okky, dan Mountea. Merek-merek ini mencakup beragam kategori produk seperti kacang-kacangan, biskuit, snack pellet, pilus, permen, minuman berbasis susu, cokelat bubuk, keju, hingga saus salad.

¹⁰⁰ Siantar Top, "About Us – Siantar Top," n.d., accessed April 21, 2025, <https://siantartop.co.id/about-us/>.

Perusahaan ini memiliki jaringan distribusi yang kuat dan modern di seluruh Indonesia, serta telah menembus pasar internasional dengan mengekspor produknya ke lebih dari 30 negara, dengan fokus utama pada Kawasan ASEAN dan Tiongkok. Hingga akhir tahun 2023, Garudafood terus memperkuat kehadirannya di pasar global melalui inovasi produk dan strategi ekspansi yang berkelanjutan.¹⁰¹

f. PT Tigaraksa Satria Tbk (TGKA)

Gambar 4.6. Logo Emiten TGKA



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Tigaraksa Satria Tbk (TGKA) adalah perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan penjualan produk konsumen, layanan isi ulang LPG, serta jasa manufaktur dan pengemasan produk dalam bentuk bubuk. Meskipun secara resmi berdiri pada tahun 1967, akar sejarah perusahaan ini telah dimulai sejak tahun 1919 sebagai perusahaan yang mengelola perdagangan dan perkebunan karet. Perusahaan mulai menjalankan kegiatan

¹⁰¹ Garudafood, "Garudafood | Indonesia's Leading Food and Beverage Company," 2024, accessed April 21, 2025, <https://garudafood.com>.

komersialnya pada Januari 1988, dengan fokus utama pada distribusi produk-produk konsumsi di Indonesia.

Dalam upaya memperluas jangkauan operasional, PT Tigaraksa Satria membuka fasilitas tambahan di Sleman, Yogyakarta pada tahun 2005. Seiring dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, perusahaan kini juga menjalankan penjualan dan distribusi melalui *platform* digital, yang memungkinkan jangkauan yang lebih luas dan efisien ke berbagai wilayah.¹⁰²

g. PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP)

Gambar 4.7. Logo Emiten CAMP



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP) adalah perusahaan produsen es krim yang berawal pada tahun 1972 sebagai usaha rumahan dengan nama CV Pranoto. Seiring dengan pertumbuhan bisnis, perusahaan ini bertransformasi menjadi

¹⁰² IDNFinancials, "PT Tigaraksa Satria Tbk (TGKA)," n.d., accessed April 21, 2025, <https://www.idnfinancials.com/id/tgka/pt-tigaraksa-satria-tbk>.

perseroan terbatas pada tahun 1994 dan secara resmi menggunakan nama Campina sebagai merek dagang utamanya.

Campina menghadirkan berbagai varian produk es krim yang mencakup es krim dalam bentuk stik, cup, cone, irisan, kemasan keluarga (*family pack*), serta es krim curah. Dengan fokus utama pada pasar domestik, Campina terus berinovasi untuk menghadirkan produk es krim yang sesuai dengan selera konsumen Indonesia.

Fasilitas produksi utama perusahaan berlokasi di Surabaya, sementara kantor pusatnya berada di Jalan Rawa Terate, Jakarta Timur. Dengan komitmen terhadap kualitas dan keberlanjutan, Campina juga dikenal sebagai salah satu produsen es krim pertama di Indonesia yang menerapkan konsep ramah lingkungan dalam operasional pabriknya.¹⁰³

¹⁰³ IDNFinancials, “PT Campina Ice Cream Industry Tbk (CAMP),” n.d., accessed April 21, 2025, <https://www.idnfinancials.com/id/camp/pt-campina-ice-cream-industry-tbk>.

h. PT Sekar Laut Tbk (SKLT)

Gambar 4.8. Logo Emiten SKLT



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Sekar Laut Tbk (SKLT) adalah perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor barang konsumen primer, khususnya dalam industri makanan dan minuman. Didirikan pada tahun 1966 dan resmi tercatat di Bursa Efek Indonesia sejak 1993, perusahaan ini dikenal luas melalui merek FINNA, yang menjadi ikon produk kerupuk udang di Indonesia. Selain kerupuk, Sekar Laut juga memproduksi saus tomat, saus sambal, bumbu masak instan, penyedap rasa, hingga camilan tradisional seperti melinjo. Dengan kantor pusat di Surabaya dan fasilitas produksi utama di Sidoarjo, perusahaan memiliki jaringan distribusi yang luas mencakup berbagai wilayah di Indonesia, serta didukung oleh sejumlah anak usaha seperti PT Pangan Lestari dan PT Abadi Java Food. Sekar Laut menggabungkan teknologi modern dengan tenaga kerja terampil

untuk menjaga kualitas dan konsistensi produk, serta terus memperluas pasar baik di dalam negeri maupun internasional.¹⁰⁴

i. PT Sariguna Primatirta (CLEO)

Gambar 4.9. Logo Emiten CLEO



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Sariguna Primatirta Tbk, yang dikenal dengan merek dagangnya Cleo Pure Water, merupakan perusahaan air minum dalam kemasan (AMDK) yang berdiri sejak tahun 2004. Cleo hadir di pasar Indonesia dengan konsep diferensiasi sebagai air murni (*pure water*), berbeda dari kebanyakan produk air mineral yang beredar di pasaran. Pabrik pertama perusahaan ini didirikan di Pandaan, Jawa Timur, sebagai langkah awal untuk memperluas distribusi produk ke berbagai wilayah di Indonesia.

Perusahaan ini merupakan bagian dari Tanobel Group, dan didirikan oleh Hermanto Tanoko, seorang pengusaha nasional yang memiliki visi menciptakan produk air minum dalam kemasan yang

¹⁰⁴ Sekar Laut, "Company Profile - PT Sekar Laut Tbk," n.d., accessed April 21, 2025, <https://sekarlaut.com/id/about-us/company-profile/>.

tidak hanya mendukung kesehatan konsumen, tetapi juga memberikan kesejahteraan bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk mitra dan karyawan.¹⁰⁵

j. PT Mulia Boga Raya (KEJU)

Gambar 4.10. Logo Emiten KEJU



Sumber: *web resmi perusahaan*, 2025

PT Mulia Boga Raya Tbk (MBR) adalah perusahaan produsen keju yang dikenal luas melalui merek PROCHIZ, salah satu merek keju terkemuka di Indonesia. Berdiri pada tahun 2006, perusahaan ini memulai distribusi produk makanan dan susu, dan kemudian pada 2008 membangun pabrik produksi di kawasan Cikarang, Bekasi. Pada tahun 2010, Prochiz resmi diluncurkan sebagai merek keju pertama yang diproduksi oleh MBR di Indonesia.

Prochiz telah memperoleh berbagai sertifikasi bergengsi, termasuk ISO 22000:2005, SNI (Standar Nasional Indonesia), dan

¹⁰⁵ Cleo, "Tentang Cleo Pure Water," *Cleopurewater.Com*, 2024, accessed April 21, 2025, <https://cleopurewater.com/tentang-cleo/>.

Sertifikasi Halal dari MUI, menegaskan komitmen perusahaan terhadap keamanan pangan dan kualitas produksi. Sejak tahun 2013, Prochiz mulai melakukan ekspor ke sejumlah negara Asia. MBR juga memperoleh FSSC 22000, sertifikasi sistem keamanan pangan internasional, pada tahun 2018, dan resmi melantai di Bursa Efek Indonesia pada 2019.¹⁰⁶

B. Paparan Data

Bagian ini menyajikan hasil pengumpulan dan pengolahan data yang digunakan dalam penelitian. Data yang dianalisis merupakan data panel yang terdiri atas 10 perusahaan sektor *consumer non-cyclical* sub sektor *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, selama periode 2020-2023.

a) Sampel Data

Sebagai langkah awal, berikut disajikan sebagian sampel data yang digunakan dalam penelitian. Data ini mencerminkan nilai-nilai dari masing-masing variabel yang telah dikumpulkan dari laporan keuangan tahunan perusahaan dan sumber sekunder lainnya.

1. Dewan Komisaris Independen

Data dewan komisaris independen dihitung cara dengan membagi total dewan komisaris independen dengan total dewan komisaris yang ada di perusahaan.¹⁰⁷ Proporsi Dewan Komisaris Independen (DKI)

¹⁰⁶ CLEO, "Sejarah Kami," n.d., accessed April 21, 2025, <https://www.muliabogaraya.com/sejarah-kami>.

¹⁰⁷ Siska Puspitasari, "Pengaruh Dewan Komisaris Independen , Financial Distress , Dan Opini Audit Terhadap Auditor Switching (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Financial Yang Terdaftar Di Bursa

perusahaan sektor *consumer non-cyclical* sub sektor *food and beverage* yang menjadi sampel penelitian disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.1. Proporsi DKI Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* Sub Sektor *F&B* Periode 2020-2023

No	Emiten	Dewan Komisaris Independen				Persentase	Keterangan
		2020	2021	2022	2023		
1	MYOR	0.4	0.4	0.4	0.4	40%	Sesuai
2	INDF	0.375	0.375	0.375	0.375	38%	Sesuai
3	ULTJ	0.5	0.5	0.5	0.5	50%	Sesuai
4	STTP	0.5	0.5	0.5	0.5	50%	Sesuai
5	GOOD	0.4	0.4	0.4	0.3333	38%	Sesuai
6	TGKA	0.4	0.4	0.4	0.4	40%	Sesuai
7	CAMP	0.333	0.333	0.5	0.5	42%	Sesuai
8	SKLT	0.33	0.33	0.33	0.33	33%	Sesuai
9	CLEO	0.33	0.33	0.33	0.33	33%	Sesuai
10	KEJU	0.5	0.5	0.5	0.5	50%	Sesuai

Sumber: www.idx.co.id dan web masing-masing perusahaan (data diolah peneliti 2024)

Berdasarkan tabel di atas secara keseluruhan proporsi dewan komisaris independen dari masing-masing perusahaan telah sesuai dengan peraturan dengan batas minimum yaitu 30% dari total keseluruhan dewan komisaris. Sehingga dalam hal ini, semakin tinggi proporsi dewan komisaris independen menandakan tingginya penerapan tata kelola perusahaan dan yang nantinya dapat memiliki pengaruh terhadap integritas laporan keuangan.

2. Kepemilikan Manajerial

Data proporsi kepemilikan manajerial didapat dari hasil perhitungan total kepemilikan saham manajerial dibagi dengan total saham beredar dikurangi saham *treasury*.¹⁰⁸ Proporsi kepemilikan manajerial

Efek Indonesia Tahun 2019-2022)” 23, no. June (2024): 164–178, <https://doi.org/10.22225/we.23.2.2024.164-178>.

¹⁰⁸ Rr Supantiningrum, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Perusahaan : Perspektif Kebijakan Dividen , Kepemilikan Manajerial , Dan Ukuran Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor

perusahaan sektor *consumer non-cyclical* sub sektor *food and beverage* disajikan dalam bentuk tabel berikut.

Tabel 4.2. Proporsi Kepemilikan Manajerial Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* Sub Sektor *F&B* Periode 2020-2023

No.	Emiten	Kepemilikan Manajerial				Persentase	Keterangan
		2020	2021	2022	2023		
1	MYOR	0.252199	0.252420	0.252420	0.252338	25%	<i>Low</i>
2	INDF	0.000016	0.000016	0.000016	0.000016	0.0016%	<i>Low</i>
3	ULTJ	0.535251	0.538457	0.541684	0.391067	50%	<i>High</i>
4	STTP	0.032629	0.032629	0.031871	0.031871	3%	<i>Low</i>
5	GOOD	0.102399	0.102440	0.092551026	0.092879	10%	<i>Intermediate</i>
6	TGKA	0.001958	0.018620	0.018614	0.013576	1%	<i>Low</i>
7	CAMP	0.849618	0.849618	0.849618	0.849618	85%	<i>High</i>
8	SKLT	0.009148	0.009357	0.005772	0.006001	1%	<i>Low</i>
9	CLEO	0.008330	0.008682	0.008708	0.010369	1%	<i>Low</i>
10	KEJU	0.1125	0.06875	0.0939156	0.067968867	0.085783617	<i>Low</i>

Sumber: www.idx.co.id dan web masing-masing perusahaan (data diolah peneliti 2024)

Dari data tabel di atas dapat diketahui bahwa pada perusahaan MYOR, INDF, dan CAMP memiliki proporsi kepemilikan manajerial di atas 25%, sehingga dikategorikan sebagai *high*. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan-perusahaan tersebut cenderung mengalami peningkatan integritas manajerial selama periode observasi.

ULTJ menunjukkan kepemilikan manajerial konsisten di atas 50% selama 2020–2022, meskipun mengalami sedikit penurunan di tahun 2023, tetap berada dalam kategori *high*. CAMP mempertahankan proporsi kepemilikan manajerial yang sangat tinggi, mendekati 85–90% di seluruh periode, mengindikasikan integritas yang kuat.

Di sisi lain, perusahaan seperti STTP, GOOD, TGKA, SKLT, dan CLEO tercatat memiliki proporsi kepemilikan manajerial sangat rendah (di bawah 5%) selama periode penelitian. Dengan demikian, perusahaan-perusahaan ini diklasifikasikan dalam kategori *low*, yang berdasarkan klasifikasi berarti integritas manajerial mereka meningkat.

Adapun KEJU memiliki proporsi kepemilikan manajerial berkisar antara 5% hingga 10%, menempatkannya dalam kategori *intermediate*. Berdasarkan ketentuan, hal ini menunjukkan adanya potensi penurunan integritas manajerial pada perusahaan tersebut selama periode observasi.

Secara umum, mayoritas perusahaan dalam sampel menunjukkan tingkat kepemilikan manajerial yang mendukung peningkatan integritas, baik melalui proporsi yang sangat tinggi (>25%) maupun sangat rendah (<5%).

3. Integritas Laporan Keuangan

Integritas laporan keuangan dalam penelitian ini di proksi pada rasio kualitas laba. Kualitas laba didapat dalam perhitungan total arus kas operasi dibagi dengan total laba berjalan.¹⁰⁹ Rasio kualitas laba disajikan dalam tabel sebagai berikut.

¹⁰⁹ Annisa Fitri Lubis and Shinta Permata Sari, "Pengaruh Persistensi Laba, Profit Potensial, Struktur Modal, Dan Kesempatan Bertumbuh Terhadap Kualitas Laba," *Jurnal EMT KITA* 8, no. 3 (July 20, 2024): 1058–1071, <https://doi.org/10.35870/emt.v8i3.2810>.

Tabel 4.3. Integritas Laporan Keuangan Perusahaan Sektor *Consumer Non-Cyclical* Sub Sektor *F&B* Periode 2020-2023

No.	Emiten	Integritas Laporan Keuangan				Rata-rata	Keterangan
		2020	2021	2022	2023		
1	MYOR	1.77	0.86	0.82	1.62	1.27	Tinggi
2	INDF	1.58	1.31	1.48	1.61	1.50	Tinggi
3	ULTJ	1.1	1.11	0.27	1.18	0.92	Rendah
4	STTP	1.47	1.01	1.08	1.13	1.17	Tinggi
5	GOOD	3.36	1.44	1.19	1.47	1.87	Tinggi
6	TGKA	1.68	0.15	1.37	1.42	1.16	Tinggi
7	CAMP	4.6	2.13	1.47	1.74	2.49	Tinggi
8	SKLT	2.25	1.51	0.22	0.67	1.16	Tinggi
9	CLEO	1.71	1.69	0.97	1.51	1.47	Tinggi
10	KEJU	0.05	0.06	1.81	1.73	0.9125	Rendah

Sumber: www.idx.co.id dan web masing-masing perusahaan (data diolah peneliti 2024)

Berdasarkan ketentuan bahwa rasio kualitas laba lebih dari 1,0 menunjukkan kualitas laba tinggi, sementara rasio kurang dari 1,0 menunjukkan kualitas laba rendah, perusahaan MYOR hanya memiliki kualitas laba tinggi pada tahun 2020, sedangkan di tahun-tahun berikutnya (2021–2023) kualitas laba dinilai rendah. Perusahaan INDF menunjukkan kualitas laba yang tinggi pada tahun 2020, 2021, dan 2023, tetapi mengalami kualitas laba rendah di tahun 2022. Perusahaan UL TJ secara konsisten memiliki kualitas laba rendah sepanjang periode 2020 hingga 2023, tanpa adanya peningkatan ke tingkat kualitas laba yang tinggi. Perusahaan STTP juga menunjukkan pola kualitas laba yang rendah selama empat tahun berturut-turut.

Perusahaan GOOD memiliki kualitas laba tinggi hanya pada tahun 2020, sedangkan tahun-tahun berikutnya (2021–2023) kualitas labanya dinilai rendah. TGKA mengalami kualitas laba yang rendah secara konsisten dari tahun 2020 hingga 2023. Sebaliknya, perusahaan CAMP

menunjukkan kualitas laba yang konsisten tinggi pada seluruh periode dari tahun 2020 hingga 2023, mencerminkan arus kas operasional yang kuat. Perusahaan SKLT hanya memiliki kualitas laba tinggi pada tahun 2020, sementara di tahun-tahun berikutnya (2021–2023), kualitas labanya menurun ke tingkat yang rendah.

Perusahaan CLEO mengalami kualitas laba rendah sepanjang periode 2020–2023 tanpa peningkatan ke tingkat kualitas laba yang tinggi. Perusahaan KEJU menunjukkan kualitas laba tinggi hanya pada tahun 2022, sementara di tahun-tahun lainnya (2020, 2021, dan 2023), kualitas labanya tetap rendah. Dari analisis ini, terlihat bahwa perusahaan seperti CAMP secara konsisten menjaga kualitas laba yang tinggi, sedangkan perusahaan lain memiliki pola yang lebih beragam atau cenderung mengalami kualitas laba yang rendah.

C. Temuan Penelitian

Bagian ini menyajikan hasil temuan penelitian berdasarkan data yang telah dianalisis sesuai dengan metode yang telah dijelaskan. Penyajian temuan difokuskan pada menjawab pertanyaan penelitian dan menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan mengubah data mentah menjadi informasi yang lebih terstruktur dan mudah dimengerti.¹¹⁰ Tabel berikut menyajikan ringkasan hasil analisis deskriptif, mencakup jumlah sampel

¹¹⁰ Hildawati et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif & Aplikasi Pengolahan Analisa* (Dumai: PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024).

(n), rata-rata, serta nilai terendah dan tertinggi dari masing-masing variabel yang diteliti:

Tabel 4.4. Hasil Uji Statistik Deskriptif

STATISTIC DESCRIPTIVE				
	Y	C	X1	X2
<i>Mean</i>	1.390000	1.000000	0.413483	0.184898
<i>Median</i>	1.455000	1.000000	0.400000	0.050299
<i>Maximum</i>	4.600000	1.000000	0.500000	0.849618
<i>Minimum</i>	0.050000	1.000000	0.330000	1.60E-05
<i>Std.Dev</i>	0.817940	0.000000	0.069403	0.271370

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Ket:

Y = Integritas Laporan Keuangan

X1 = Proporsi Dewan Komisaris Independen

X2 = Proporsi Kepemilikan Manajerial

C = Konstanta (bukan variabel analisis)

Adapun interpretasi dari table diatas adalah:

1) Integritas laporan keuangan

Berdasarkan hasil olah data pada tabel 4.4 menunjukkan bahwa variabel integritas laporan keuangan yang diprosikan dengan rasio kualitas laba. Hasil *statistic* deskriptif menunjukkan bahwa nilai minimum dari variabel ini adalah 0,05, nilai maksimum 4,60, dengan rata-rata sebesar 1,39 dan standar deviasi sebesar 0,817. Nilai rata-rata yang relatif rendah dan standar deviasi yang cukup besar mengindikasikan bahwa terdapat variasi yang signifikan antar perusahaan dalam hal integritas pelaporan keuangannya.

2) Proporsi Dewan Komisaris Independen

Variabel proporsi komisaris independen (X_1) diukur berdasarkan rasio jumlah komisaris independen terhadap total anggota dewan komisaris. Nilai yang diperoleh menunjukkan sebaran minimum sebesar 0,33 dan maksimum 0,50, dengan rata-rata 0,41 dan standar deviasi 0,069. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam sampel telah memenuhi standar minimum proporsi komisaris independen, meskipun penyebaran datanya relatif homogen dan berada dalam rentang yang sempit.

3) Proporsi Kepemilikan Manajerial

Variabel kepemilikan manajerial (X_2) dinyatakan dalam bentuk persentase kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Berdasarkan hasil statistik, nilai minimum variabel ini adalah 0,000016, sedangkan nilai maksimum mencapai 0,849618. Nilai rata-rata sebesar 0,18 dan standar deviasi sebesar 0,27 menunjukkan bahwa terdapat ketimpangan yang cukup besar dalam pola kepemilikan manajerial, di mana sebagian besar perusahaan memiliki kepemilikan rendah namun beberapa perusahaan memberikan porsi saham yang sangat tinggi kepada manajemennya.

2. Pemilihan Model Regresi Data Panel

Untuk memilih model yang paling sesuai dalam regresi data panel, terdapat beberapa tahapan pengujian yang bisa digunakan sebagai metode estimasi, di antaranya adalah:

1) Uji Chow

Uji ini dilakukan untuk membandingkan mana yang lebih baik antara *fixed effect model* dengan *common effect model*.¹¹¹ Pada uji terdapat ketentuan sebagai berikut.

a. H_0 : *Common Effect Model*

Jika nilai *probability cross-section F* $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah pendekatan *common effect model*.

b. H_1 : *Fixed Effect Model*

Jika nilai *probability cross-section F* $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

Hasil uji *chow* pada penelitian ini:

Tabel 4.5. Hasil Uji Chow

UJI CHOW			
<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f.</i>	<i>Prob.</i>
<i>Cross-section F</i>	0.885509	(9,28)	0.5497
<i>Cross-section Chi-square</i>	10.018764	9	0.3490

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji chow pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross-section F* > 0.05 , hal tersebut menunjukkan bahwa H_1 diterima. Sehingga model yang terpilih adalah *common effect model*, dengan terpilihnya *common effect model* maka dilanjutkan ke uji hausman.

¹¹¹ Maulidin S and Linda Rahmazaniati, "Kebijakan Dividen Dan Manajemen Laba: Analisis Pendekatan Regresi Data Panel," *Akbis: Media Riset Akuntansi dan Bisnis* 8, no. 1 (2024): 14, <https://doi.org/10.35308/akbis.v8i1.8842>.

2) Uji Hausman

Uji ini memiliki tujuan membandingkan antara *random effect model* dengan *fixed effect model*.¹¹² Ketentuan dalam uji ini adalah:

a. H_0 : *Random Effect Model*

Jika nilai *probability cross-section random* $< 0,05$ maka model yang dipilih adalah *fixed effect model*.

b. H_1 : *Fixed Effect Model*

Jika nilai *probability cross-section random* $> 0,05$ maka model yang dipilih adalah *random effect model*.

Hasil uji hausman dalam penelitian ini adalah:

Tabel 4.6. Hasil Uji Hausman

UJI HAUSMAN			
Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	1.502559	2	0.4718

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji hausman pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa nilai probabilitas $> 0,05$, hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak. Sehingga model yang terpilih adalah *random effect model*. Dengan terpilihnya *random effect model* maka dilanjutkan ke uji *lagrange multiplier*.

¹¹² Damodar N. Gujarati and Dawn C. Porter, *Basic Econometrics, Introductory Econometrics: A Practical Approach*, 5th ed. (New York: Douglas Reiner, 2013).

3) Uji *Lagrange Multiplier*

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah *random effect* lebih baik daripada metode *common effect* yang lebih tepat digunakan.¹¹³

Ketentuan pada uji ini adalah:

a. H_0 : *Common Effect Model*

Jika nilai *cross-section Breusch-pangan* $> 0,05$ maka H_0 diterima. Sehingga model *CEM* terpilih.

b. H_1 : *Random Effect Model*

Jika nilai *cross-section Breusch-pangan* $< 0,05$ maka H_1 diterima. Sehingga model *REM* terpilih.

Hasil dari uji lagrange multiplier dalam penelitian ini:

Tabel 4.7. Hasil Uji *Lagrange Multiplier*

UJILAGRANGE MULTIPLIER			
	<i>Cross-section</i>	<i>Test Hypothesis Time</i>	<i>Both</i>
<i>Breusch-Pagan</i>	0.458731	3.585664	4.044395
	(0.4982)	(0.0583)	(0.0443)

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji lagrange multiplier pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa nilai probabilitas $< 0,05$, maka H_0 ditolak, sehingga model *Random Effect* lebih tepat digunakan dibandingkan *Common Effect Model*. Dengan demikian, *Random Effect Model (REM)* menjadi model yang lebih sesuai berdasarkan uji *Lagrange Multiplier* ini.

¹¹³ S and Rahmazaniati, "Kebijakan Dividen Dan Manajemen Laba: Analisis Pendekatan Regresi Data Panel."

3. Model Terpilih Dalam Penelitian

Berdasarkan serangkaian pengujian yang melibatkan uji *chow*, uji *hausman*, serta uji *lagrange multiplier*, diperoleh kesimpulan bahwa model yang paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini adalah *Random Effect Model (REM)*.

Pemilihan model ini memungkinkan peneliti untuk menganalisis pengaruh proporsi kepemilikan DKI (X1) dan kepemilikan manajerial (X2) terhadap integritas laporan keuangan (Y) pada perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Hasil estimasi dari model *REM* selanjutnya disajikan pada bagian berikut.

Tabel 4.8. Model Terpilih (*Random Effect Model*)

<i>Random Effect Model</i>				
<i>Variable</i>	<i>Coefficient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	3.144885	0.725449	4.335088	0.0001
X1	-4.788354	1.773721	-2.699609	0.0104
X2	1.216973	0.453633	2.682728	0.0109
<i>R-squared</i>	0.241722	<i>F-statistic</i>	5.897393	
<i>Adjusted R-squared</i>	0.200734	<i>Prob(F-statistic)</i>	0.005982	

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Adapun interpretasi dari model yang terpilih adalah sebagai berikut.

- 1) Konstanta sebesar 3,144885 berarti jika semua variabel X1 dan X2 = 0, maka nilai integritas laporan keuangan diperkirakan sebesar 3,144885.
- 2) X1 (Proporsi Dewan Komisaris Independen): Koefisien = - 4,788354, artinya jika X1 naik 1%, maka integritas laporan keuangan turun sebesar 4,788354.

- 3) X2 (Proporsi Kepemilikan Manajerial): Koefisien = 1,216973, artinya jika X2 naik 1%, maka integritas laporan keuangan naik sebesar 1,216973.

Hasil interpretasi hanya difokuskan pada kedua variabel tersebut karena keduanya terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap integritas laporan keuangan ($p < 0,05$). Variabel lain tidak ditampilkan karena tidak berpengaruh secara statistik.

4. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, pendekatan regresi data panel yang paling sesuai adalah *Random Effect Model (REM)*. Penggunaan *REM* tidak mengharuskan dilakukannya pengujian asumsi klasik, karena metode ini menerapkan teknik estimasi *Generalized Least Square (GLS)*, yang mampu menghasilkan estimasi linier terbaik dan sesuai dengan kriteria *Best Linear Unbiased Estimator (BLUE)*.¹¹⁴ Disini peneliti tetap melakukan uji asumsi klasik sebagai langkah antisipatif untuk memastikan validitas hasil estimasi.

1) Uji Normalitas

Dalam studi ini, pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan model *Jarque-Bera (J-B)*, menurut Ghazali dalam Muhamad Rifay Rifaldi menyebutkan bahwa model *jarque-bera* memiliki ketentuan dalam penilaian normalitas dengan mempertimbangkan nilai *probability* $> 0,05$ maka data telah

¹¹⁴ Gujarati and Porter, *Basic Econometrics*.

terdistribusi normal.¹¹⁵ Adapun hasil uji normalitas dalam penelitian ini yaitu:

Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas *Jarque-Bera*

	<i>Jarque-Bera</i>	<i>Probability</i>
<i>Normality Test</i>	2.388286	0.302963

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Hasil uji (*J-B*) menunjukkan nilai 2,388286 dengan nilai *probability* 0.302963 seperti terlihat pada tabel 4.9, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki distribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Pengujian ini merujuk pada kondisi di mana terdapat korelasi tinggi antar variabel independen yang dapat menyebabkan variabel menjadi tidak signifikan secara statistik, maupun teoritis relevan. Sehingga estimasi koefisien menjadi tidak stabil dan sulit diinterpretasikan.¹¹⁶ Adapun hasil pengujian ini adalah:

Tabel 4.10. Hasil Uji *Multikolinearitas*

	X1	X2
X1	1.000000	0.263268
X2	0.263268	1.000000

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas yang ditunjukkan pada tabel 4.10 melalui matriks korelasi antara variabel X1 dan X2,

¹¹⁵ Muhamad Rifay Rifaldi, "Apakah Ukuran Perusahaan, Kompleksitas Perusahaan, Leverage, Profitabilitas Dan Komite Audit Mempengaruhi Biaya Audit?," *Owner: Riset & Jurnal Akuntansi* 8, no. 4 (October 6, 2024): 4808–4828, <https://doi.org/10.33395/owner.v8i4.2440>.

¹¹⁶ Badi H. Baltagi, *Econometric Analysis of Panel Data*, *Xenobiotica*, 3rd ed., vol. 5 (Chichester, West Sussex, England: John Wiley & Sons Ltd., 2005).

diperoleh nilai korelasi sebesar 0,263268. Nilai ini berada jauh di bawah ambang batas umum sebesar 0,80 yang biasanya dijadikan acuan dalam mendeteksi adanya multikolinearitas antar variabel independen. Hal ini mengindikasikan bahwa tidak terdapat hubungan linear yang kuat antara kedua variabel tersebut, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah multikolinearitas dalam model regresi yang digunakan. Dengan demikian, model regresi panel yang digunakan dalam penelitian ini dinilai telah memenuhi salah satu asumsi penting dalam analisis regresi.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi data panel yang digunakan mengandung varians residual yang tidak konstan (heteroskedastik).¹¹⁷ Model yang baik seharusnya tidak mengalami gejala heteroskedastisitas agar estimasi parameter yang dihasilkan bersifat efisien. Adapun hasil uji heterokedastisitas dalam penelitian ini, yaitu:

Tabel 4.11. Hasil Uji *Heterokedastisitas*

<i>Panel Period Heteroskedasticity LR Test</i>			
<i>Specification: LOG(Y) LOG(X1) LOG(X2)</i>			
<i>Null Hypothesis: Residuals are homoskedastic</i>			
	Value	df	Probability
<i>Likehood ratio</i>	13.49528	10	0.1973
<i>LR test summary:</i>	Value	df	
<i>Restricted LogL</i>	-51.70638	37	
<i>Unrestricted LogL</i>	-44.95875	37	

Sumber: data diolah peneliti 2025

¹¹⁷ Baltagi, *Econometric Analysis of Panel Data*, vol. 5, p. .

Berdasarkan hasil uji dengan metode *Panel Period Heteroskedasticity LR Test*, diperoleh nilai *likelihood ratio* sebesar 13.49528 dengan derajat kebebasan (df) 10, serta nilai probabilitas sebesar 0.1973. Pengujian ini bertujuan untuk melihat apakah varians residual dalam model regresi data panel bersifat konstan (homoskedastik) atau tidak (heteroskedastik). Dengan tingkat signifikansi 5%, nilai probabilitas yang lebih besar dari 0.05 mengindikasikan bahwa hipotesis nol (*residuals are homoskedastic*) tidak dapat ditolak. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Artinya, varian residual bersifat konstan dan asumsi homoskedastisitas telah terpenuhi.

5. Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil estimasi model regresi data panel dengan pendekatan *Random Effect Model (REM)*, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,1449 - 4,7884X_1 + 1,2170X_2$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Konstanta (intersep) sebesar 3,1449 menunjukkan bahwa apabila variabel independen X_1 (proporsi dewan komisaris independen) dan

X2 (proporsi kepemilikan manajerial) sama dengan nol, maka nilai kinerja keuangan (Y) adalah sebesar 3,1449.

- b. Koefisien X1 sebesar -4,7884 berarti bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada proporsi dewan komisaris independen akan menurunkan kinerja keuangan sebesar 4,7884 satuan, dengan asumsi variabel lainnya konstan.
- c. Koefisien X2 sebesar 1,2170 menunjukkan bahwa setiap peningkatan 1 satuan pada proporsi kepemilikan manajerial akan meningkatkan kinerja keuangan sebesar 1,2170 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap.

6. Uji Hipotesis

Dalam analisis regresi data panel, pengujian hipotesis berperan penting untuk menentukan validitas model serta signifikansi variabel independen terhadap variabel dependen.¹¹⁸ Pengujian dalam penelitian ini yaitu:

a) Uji Parsial (T)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen (X1 dan X2) terhadap variabel dependen (Y) secara parsial. Hasil uji parsial dalam penelitian ini adalah:

¹¹⁸ Baltagi, *Econometric Analysis of Panel Data*, vol. 5, p. .

Tabel 4.12. Hasil Uji *T*

<i>Variable</i>	<i>Coeffient</i>	<i>Std. Error</i>	<i>t-Statistic</i>	<i>Prob.</i>
C	3.144885	0.725449	4.335088	0.0001
X1	-4.788354	1.773721	-2.699609	0.0104
X2	1.216973	0.453633	2.682728	0.0109

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Dari hasil uji pada tabel 4.12, diketahui bahwa:

1) Proporsi Dewan Komisaris Independen (X1)

Nilai t-statistik adalah -2,699609 dengan nilai *probability* 0,0104. Hal ini menunjukkan bahwa X1 berpengaruh signifikan secara negatif terhadap Y.

2) Proporsi Kepemilikan Manajerial (X2)

Nilai t-statistik adalah 2,682728 dengan nilai *probability* 0,0109. Sehingga dalam hal ini X2 berpengaruh signifikan secara positif terhadap Y.

b) Uji Simultan (F)

Pengujian ini digunakan untuk menguji signifikansi individual dari setiap koefisien regresi. Adapun hasil uji ini adalah:

Tabel 4.13. Hasil Uji *F*

<i>F-Statistic</i>	5.897393
<i>Prob(F-statistic)</i>	0.005982

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Dari tabel 4.13, diketahui bahwa nilai F-statistik adalah 5,897393 dengan *prob (f-statistic)* sebesar 0,005982. Hal ini berarti nilai *probability* < 0,05 sehingga menunjukkan bahwa X1 dan X2 secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Y.

c) Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini digunakan untuk mengukur seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Adapun hasil uji ini adalah:

Tabel 4.14. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>R-squared</i>	0.241722
<i>Adjusted R-squared</i>	0.200734

Sumber: data diolah peneliti 2025

Dalam tabel 4.14, dikatakan bahwa *R-squared* bernilai 0,241722 yang artinya 24,17% variabel dalam variabel Y dapat dijelaskan oleh X1 dan X2. Sisanya yaitu 75,83%, dijelaskan oleh variaabel lain di luar model.