
**PERAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA
PENGARUH UKURAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP TINDAKAN
MANAJEMEN LABA**

**(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-
2017)**

Gilang¹ , Winarsih²

Departement of Accounting Faculty of Economic, Sultan Agung Islamic University

Gilang_mahardika@std.unissula.ac.id

Departement of Accounting Faculty of Economic, Sultan Agung Islamic University

Winarsih@unissula.ac.id

ABSTRACT

Companies should be more careful in carrying out profit goals because they are inconsistent with the formation of company profiles which can erase the positive influence of CSR activities. The purpose of this study is to analyze and determine the effect of company size and on profitability on CSR disclosures; to analyze and determine the effect of company size and profitability on earnings management; and to analyze and determine the effect of company size and profitability on earnings management through CSR disclosure. The population used in this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2015-2017. The total sample used was 141 samples with the purpose sampling method. The analytical tool used in this research is multiple linear regression. The results of this study indicate that company size has a positive effect on CSR disclosure, profitability has no effect on CSR disclosure, company size and profitability have no effect on earnings management practices; and CSR disclosure is not an intervening variable of the effect of company size and profitability on earnings management.

Keywords: company size, profitability, CSR, earnings management

PENDAHULUAN

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Setiap perusahaan juga diwajibkan untuk menyajikan laporan keuangan sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Otorisasi jasa Keuangan Indonesia (OJK). Dalam penyusunan laporan keuangannya perusahaan banyak menggunakan dasar

akrual karena dapat memberikan informasi yang lebih baik tentang kinerja ekonomi perusahaan dibandingkan informasi yang dihasilkan dari cash flow terkini (FASB, 1980 dalam Siregar, 2017)

Menurut SFAC No 1. Informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik

atau pihak lain dalam menaksir earnings power perusahaan di masa yang akan datang. Laba yang dilaporkan berpengaruh kuat terhadap kegiatan perusahaan dan keputusan yang dibuat manajemen (Mulford dan Comiskey, 2010).

Laba merupakan cerminan kinerja perusahaan yang dapat dikelola secara efisien dan oportunistik. Secara efisien artinya dikelola untuk meningkatkan keinformatifan informasi, dan secara oportunistik artinya untuk meningkatkan laba sesuai dengan yang diinginkan dan menguntungkan pihak-pihak tertentu (Suryani, 2010 dalam Medyawati dan Dayanti, 2016).

Untuk menunjukkan prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba, manajemen cenderung mengelola laba secara oportunistik dan melakukan manipulasi laporan keuangan. Tindakan oportunistik tersebut dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur, dinaikkan maupun diturunkan sesuai dengan keinginannya. Upaya untuk mempermainkan informasi dalam laporan keuangan dengan menyembunyikan, menunda pengungkapan, dan mengubah informasi inilah yang disebut dengan manajemen laba (Sulistyanto, 2008 dalam Medyawati dan Dayanti, 2016)

Manajemen laba berada di daerah abu-abu antara aktivitas yang diijinkan oleh prinsip akuntansi atau merupakan sebuah kecurangan. Laporan keuangan dapat disebut sebagai cerminan perilaku etis dan tanggung jawab sosial pribadi orang yang membuat laporan keuangan (Sulistyanto, 2008 dalam Gayatri dan

Prasetya, 2016). Banyak manajer menganggap praktik manajemen laba sebagai tindakan wajar dan etis serta merupakan alat sah bagi manajer dalam melaksanakan tanggung jawabnya untuk mendapatkan keuntungan atau return perusahaan dan manajemen laba dianggap sebagai perbuatan yang legal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum.

Para pihak yang kontra terhadap manajemen laba mengungkapkan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang kontroversial di dalam dunia akuntansi dan bisnis. Manajemen laba membawa pengaruh negatif dan cenderung menyesatkan bagi pengguna informasi dalam pelaporan keuangan. Manajemen laba merupakan campur tangan manajer dalam proses penyusunan laporan keuangan yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan pribadi (Schipper, 1989:92). Manajemen laba dilakukan dengan memilih metode atau kebijakan akuntansi untuk menaikkan laba atau menurunkan laba. Manajemen akan menggeser laba periode yang akan datang ke periode sekarang untuk menaikkan laba dan menggeser laba periode masa sekarang ke periode berikutnya untuk menurunkan laba. Manajemen laba merupakan manipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya (Mulford dan Comiskey, 2010).

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Menurut Sutikno *et al.*, (2014), tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan besar cenderung

mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas. Perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi dari pada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

Di sisi lain, pengungkapan aktivitas CSR dapat membatasi terjadinya tindakan manajemen laba. Tujuan perusahaan mengungkapkan banyak informasi tentang aktivitas CSR untuk membentuk profil organisasi yang lebih baik (Lanis dan Richardson, 2012). Sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan praktik manipulasi laba karena tidak konsisten dengan tujuan pembentukan profil perusahaan. Praktek kecurangan seperti manajemen laba dapat menghapus pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR.

KAJIAN PUSTAKA

Agency Theory

Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen). Asumsi dalam teori keagenan yaitu masing-masing individu termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Menurut Arief dan Ardiyanto (2014), Pemilik perusahaan sebagai prinsipal mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai agen

termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi.

Konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan juga terjadi karena pemilik perusahaan tidak selalu dapat mengawasi aktivitas yang dilakukan manajer sehari-hari dan memastikan bahwa manajer bekerja sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai kinerja perusahaan, sedangkan manajer memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan secara keseluruhan. Perbedaan informasi yang dimiliki dapat memberikan peluang bagi manajer untuk melakukan manajemen laba (Horison dan Nugrahanti, 2014).

Legitimacy Theory

Teori legitimitasi berkaitan erat dengan terciptanya kesesuaian nilai suatu perusahaan dengan sistem nilai yang dianut masyarakat. Keberadaan suatu perusahaan dapat terancam ketika terjadi suatu perubahan atau pergeseran yang memicu terjadinya ketidak sesuaian. Perubahan dapat berasal dari sistem nilai perusahaan ataupun masyarakat

Contingency Theory

Tindakan pengungkapan CSR dalam rangka meminimalisir tindakan manajemen laba. CSR merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan sebagai akibat dari desakan lingkungan di sekitar perusahaan. Dalam UU No. 40, 2007, dinyatakan bahwa perusahaan yang aktifitasnya dalam sektor atau yang berhubungan dengan sumber daya alam harus menerapkan CSR. Tuntutan dari

para *stakeholder* dan lingkungan telah memaksa perusahaan agar keberadaan perusahaan diapresiasi secara positif oleh *stakeholder* sehingga tercapai tingginya nilai perusahaan

Manajemen Laba

Menurut Horison dan Nugrahanti (2014), menyatakan bahwa manajemen laba timbul ketika manajer menggunakan judgment dalam pelaporan finansial dan dalam strukturisasi transaksi untuk mempengaruhi laporan keuangan yang dimaksudkan untuk menyesatkan para *stakeholder* baik tentang kinerja ekonomi perusahaan, atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang bergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan. Salah satu upaya mengurangi manajemen laba yaitu dengan melakukan koreksi terhadap standar akuntansi. manajemen terdorong melakukan manajemen laba karena adanya 3 hal yaitu *The bonus plan hypothesis*, *The debt covenant hypothesis*, dan *The political cost hypothesis*

Corporate social responsibility (CSR)

Corporate social responsibility (CSR) merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan hubungan dengan para pemangku kepentingan perusahaan dan aktivis lingkungan. Sebagai cara untuk mempertahankan posisi manajer dan untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* kembali, Awalnya perusahaan melakukan CSR secara sukarela, tetapi pada tahun 2007, Indonesia mewajibkan perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan unsur sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab tersebut

Ukuran Perusahaan

Brigham dan Houston (2001), dalam Bestivano (2013) Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset, jika semakin besar total aset perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang memiliki total aset sedikit atau rendah.

Profitabilitas

Menurut Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan oleh para investor dalam melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan guna pengambilan keputusan investasi yang akan dilakukan. Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar perolehan laba yang dihasilkan oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik pula kinerja manajemen dalam perusahaan tersebut

Pengembangan Hipotesis

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva.

Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, luas pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Hadi (2011) tanggung jawab sosial perusahaan yaitu perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berorientasi positif dan ramah lingkungan.

Tingkat keluasan informasi dalam kebijakan luas pengungkapan perusahaan akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran perusahaan. Perusahaan yang berukuran lebih besar cenderung memiliki tuntutan publik (public demand) akan informasi yang lebih tinggi dibanding dengan perusahaan yang berukuran kecil. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan diduga berpengaruh positif terhadap luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Purba dan Yadna (2015) dan Janra (2015) memiliki hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H_1 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif Terhadap Pengungkapan CSR

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut sebagai Earning Power karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap

satu rupiah aset yang digunakan. Melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan ataukah tidak. Sehingga, semakin tinggi nilai dari rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solid akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam domain kinerja sosial (Tsoutsoura, 2004).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dengan proksi ROA memiliki pengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Apriana dan Khairunisa sepakat menyatakan bahwa ROA sebagai salah satu rasio profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR yang dilakukan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi nilai profit yang diperoleh perusahaan dan dinyatakan melalui rasio ROA maka akan semakin banyak pula pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan. Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H_2 : profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen laba.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Beberapa proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan yaitu jumlah karyawan, total aset, jumlah penjualan dan kapasitas pasar dalam mengukur ukuran perusahaan (Sudarmaji dan Sularto, 2007), dalam (Putra *et al.*, 2014).

pada umumnya penelitian di Indonesia menggunakan total aktiva atau total penjualan sebagai proksi dari ukuran perusahaan, Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor dan kreditor karena akan berhubungan dengan resiko investasi yang dilakukan.

Sosiawan (2012) menyebutkan bahwa Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen manajemen laba dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki peran yang lebih besar sebagai pemegang kepentingan, hal ini yang membuat perusahaan besar dalam membuat kebijakan yang dikeluarkan akan memberikan dampak besar bagi kepentingan publik, dibanding perusahaan kecil. Karena perusahaan-perusahaan yang lebih besar menjadi subyek pemeriksaan, pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat.

Prasetya dan Gayatri (2016) dan Manggaserta Jao dan Panggalung (2017) menemukan bahwa ukuran perusahaan dengan manajemen laba berpengaruh negatif. Perusahaan besar kurang memiliki motivasi dalam melakukan praktik manajemen laba. Hal ini dikarenakan pemegang saham dan pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan besar dianggap lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan kecil. Basis investor yang lebih besar terdapat pada perusahaan besar, sehingga perusahaan besar mendapat pressure yang lebih kuat untuk bisa menampilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya (Marihott dan Setyawan, 2007). Berdasarkan uraian

tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba
Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas menggambarkan kinerja yang dihasilkan oleh suatu perusahaan pada suatu periode waktu tertentu. Salah satu rasio analisis yang digunakan untuk menggambarkan profitabilitas perusahaan adalah Return On Assets (ROA). ROA menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari asset yang dimiliki perusahaan. Para investor akan menggunakan rasio ROA sebagai salah satu indikator dalam pengambilan keputusan dalam hal investasi. Semakin tinggi tingkat profitabilitas yang dilaporkan oleh perusahaan, maka semakin tinggi pula harapan dari pihak-pihak berkepentingan seperti investor, pemerintah, dan lainnya atas tingkat pengembalian dan kompensasi yang diharapkan dari keuntungan yang diperoleh perusahaan.

Laba yang terlalu tinggi akan meningkatkan pajak yang harus dibayar, sedangkan pelaporan laba yang terlalu rendah akan berdampak pada tampilan kinerja manajemen yang tidak maksimal. Oleh karena itu, tinggi rendahnya profitabilitas yang dihasilkan berkaitan dengan tindakan manajemen laba dengan tujuan pelaporan tingkat profitabilitas yang berada pada tahap aman.

Wibisana dan Ratnaningsih (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik perataan laba yang merupakan salah satu cara dalam praktik manajemen laba. Artinya, semakin besar profitabilitas

suatu perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan menurunkan atau meratakan laba untuk satu tahun kedepan. Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sujana (2014). Berdasarkan keterkaitan diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H₄: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan atau menurunkan laba bersih yang akan dilaporkan pada laporan keuangan. Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial (CSR disclosure) merupakan salah satu pengungkapan informasi yang dilakukan pihak perusahaan kepada pihak ketiga melalui laporan tahunan. Aktivitas tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan karena perusahaan juga membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya.

Menurut Kim, *et al.*, (2012), adanya kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih terpercaya bagi pihak pihak yang menggunakan laporan keuangan. Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaannya akan lebih membatasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Sebaliknya, perusahaan yang kurang terbuka dalam pengungkapan informasi kegiatan perusahaan cenderung melakukan

berbagai bentuk manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi maupun keuntungan perusahaan (Patten dan Trompeter, 2003).

Peningkatan pengungkapan CSR akan menyebabkan terjadinya penurunan manajemen laba (Gayatri dan Prasetya, 2016). Perusahaan yang memiliki komitmen kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku dan akan meminimalisir praktik manajemen laba. Organisasi yang memiliki etika akan memiliki integritas dengan berbuat jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya (Chun, 2005 dalam Gayatri dan Prasetya, 2016). Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H₅: Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel Penelitian

Riset ini menggunakan populasi dari Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2015-2017. Riset ini menggunakan sampel yang dipilih melalui *purposive sampling* dengan kriteria Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2015-2017, melaporkan CSR berturut-turut, tidak mengalami kerugian, menggunakan mata uang rupiah, dan memiliki kelengkapan data yang dibutuhkan. Sampel yang berhasil peneliti himpun adalah sebanyak 47 perusahaan selama 3 tahun sehingga jumlah data yang digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 141 data pengamatan.

Definisi Operasional Variabel

Tabel 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi Konsep	Pengukuran	Skala
1	Ukuran Perusahaan (X1) (Olfakawati dkk, 2014)	Di dalam ukuran perusahaan, nilai akiva yang semakin besar menunjukkan ukuran perusahaan yang besar pula. Semakin banyak modal akiva, semakin banyak modal yang dimiliki. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur oleh ln total aset	$SIZE = \ln(\text{Total Aset})$	Rasio
2	Profitabilitas (X2) Wicakana dan Ramadaniyah (2014)	Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah RDA (Return On Assets) yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki perusahaan	$Return \text{ On Assets} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Aset}}$	Rasio
3	Corporate Social Responsibility (Y1) (T1)	CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSRI)	$CSR_y = \frac{CSRI_y}{ny}$	Rasio
4	Manajemen Laba (Y2) Soega dan Utama (2005)	Manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen yang mempengaruhi pelaporan terhadap laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan	$DMACC = TACC - NDACC$	Rasio

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

Hasil uji normalitas 1 menunjukkan bahwa **Model 1** dan **Model 2** memiliki nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,026 dan 0,000 dibawah 0,05. Artinya, data masih belum terdistribusi dengan normal. Untuk mengatasi hal itu maka data *outlier* (data yang menghasilkan residual diatas standar deviasi 3 dihilangkan dengan *men-delete* data yang ditampilkan pada *casewise diagnostic*. Hasil uji normalitas 2 menunjukkan bahwa **Model 1** dan **Model 2** memiliki nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200 dan 0,097 diatas 0,05. Artinya, data sudah terdistribusi dengan normal. Dengan kata lain, asumsi normalitas sudah terpenuhi

Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Uji multikolinearitas pada **Model 1** dan **Model 2** menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki toleransi

lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Artinya, tidak terjadi multikolinearitas pada data. Dengan kata lain, asumsi multikolinearitas terpenuhi.

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji *glejser* menunjukkan bahwa semua variabel independen pada **model 1** dan **model 2** memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Artinya, tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan kata lain, asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi.

Hasil Uji Autokorelasi

Hasil uji autokorelasi dengan *Run Test* menunjukkan bahwa nilai signifikansi uji *Runs* pada residual di atas 0,05. Artinya, atau tidak terjadi autokorelasi. Dengan kata lain, asumsi autokorelasi sudah terpenuhi.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil ujinya yaitu:

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error			
Model 1	Konstanta	-0,546	0,085	-5,758	0,000	
	SIZE	0,026	0,003	7,943	0,000	Diterima
	ROA	0,000	0,000	0,883	0,379	Ditolak
Model 2	Konstanta	-0,060	0,094	-0,645	0,520	
	SIZE	0,003	0,003	0,878	0,382	Ditolak
	ROA	0,000	0,001	-0,363	0,717	Ditolak
	CSR	-0,131	0,064	-2,038	0,043	Diterima
Uji F				32,839	0,000	
Uji Koefisien Model 1				0,324	32,4%	
Uji Koefisien Model 2				0,010	1%	

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Persamaan regresi linear berganda dapat ditulis sebagai berikut:

Model 1:

$$CSR = -0,546 + 0,026 \text{ SIZE} + 0,000 \text{ ROA} + e_1$$

Model 2:

$$ML = -0,060 + 0,003 \text{ SIZE} + 0,000 \text{ ROA} - 0,131 \text{ CSR} + e_2$$

Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji Hipotesis 1

Pada hubungan variabel SIZE (ukuran perusahaan) terhadap CSR diperoleh nilai t hitung sebesar 7,943 dengan arah positif dan signifikansi = $0,000 < 0,05$ maka Hipotesis diterima artinya ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

Hasil Uji Hipotesis 2.

Pada hubungan variabel profitabilitas terhadap CSR diperoleh nilai t hitung sebesar 0,883 dan signifikansi = $0,379 > 0,05$ maka hipotesis ditolak artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.

Hasil Uji Hipotesis 3

Pada hubungan variabel SIZE (ukuran perusahaan) terhadap praktik manajemen laba diperoleh nilai t hitung sebesar 0,878 dengan arah positif dan signifikansi = $0,382 > 0,05$ maka Hipotesis ditolak artinya ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Hasil Uji Hipotesis 4.

Pada hubungan variabel ROA (profitabilitas) terhadap CSR diperoleh nilai t hitung sebesar -0,383 dan signifikansi = $0,717 > 0,05$ maka hipotesis ditolak artinya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Hasil Uji Hipotesis 5

Pada hubungan variabel Pengungkapan CSR terhadap praktik manajemen laba diperoleh nilai t hitung sebesar -2,038 dan signifikansi = $0,043 < 0,05$ maka hipotesis diterima artinya Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba

Hasil Uji Kebaikan Model

Hasil Uji F

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa nilai F sebesar 32,839 dan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, kesimpulannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan ada pengaruh simultan yang signifikan antara SIZE (ukuran perusahaan) dan ROA (profitabilitas) terhadap CSR.

Hasil Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa Nilai *adjusted R²* pada **Model 1** sebesar 0,324 atau 32,4%. Artinya, CSR hanya dapat dijelaskan sebesar 32,4% oleh variabel SIZE (ukuran perusahaan) dan ROA (profitabilitas) sedangkan sisanya sebesar 67,6% adalah variabel lain. Sedangkan nilai *adjusted R²* pada **Model 2** sebesar 0,010 atau 1%. Artinya, Manajemen Laba hanya dapat dijelaskan sebesar 1% oleh SIZE (ukuran perusahaan), ROA (profitabilitas) dan CSR sedangkan sisanya sebesar 99% adalah variabel lain.

Pengujian tidak langsung

Hasil uji mediasi dengan path analysis pada variabel ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba melalui CSR adalah:

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui CSR

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa pengaruh langsung ukuran perusahaan pada manajemen laba adalah 0,003 sedangkan pengaruh tidak langsung manajemen laba pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR adalah -0,00041. Artinya, total pengaruh langsung (Tp123) lebih kecil dari pengaruh tidak langsung ($p_2 \times p_3$) atau $-0,00041 < 0,003$ ($Tp123 < p_2 \times p_3$). Kesimpulannya, pengungkapan CSR

variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa pengaruh langsung profitabilitas terhadap manajemen laba sebesar 0,000 sedangkan pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR sebesar 0,000. Artinya, total pengaruh langsung (Tp_{456}) = pengaruh tidak langsung ($p_5 \times p_6$) atau $0,000 = 0,000$ ($Tp_{456} = p_5 \times p_6$). Kesimpulannya, pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening dari pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR

Berdasarkan hasil perhitungan diketahui bahwa pengaruh langsung ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba sebesar 0,003 sedangkan pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR sebesar $-0,00341$. Artinya, total pengaruh langsung ($Tp_{7891011}$) > pengaruh tidak langsung [$(p_9+p_{10}) \times p_{11}$] atau $-0,00041 > -0,00341$. Kesimpulannya, pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

Pembahasan Hasil Penelitian

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian memperlihatkan jika ukuran perusahaan berpengaruh

positif terhadap pengungkapan CSR. Artinya, ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan CSR oleh perusahaan karena jumlah total aktiva pada perusahaan memengaruhi penyusunan pengungkapan CSR.

Pada riset ini ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Fokus utama publik akan tertuju pada emiten-emiten yang besar. Oleh sebab itu, emiten besar akan melakukan pengungkapan seluas-luasnya untuk meminimalkan political cost sehingga dapat mewujudkan pertanggungjawabannya terhadap lingkungan dan sosial. Menurut Hadi (2011), kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dapat menciptakan produksi yang ramah lingkungan dan berorientasi positif. Luas dari informasi yang diungkapkan perusahaan berbanding lurus dengan ukuran perusahaan. Perusahaan besar akan banyak menghadapi public demand (tuntutan publik) untuk dapat menyajikan informasi yang banyak dari pada perusahaan kecil.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Purba dan Yadna (2015) dan Janra (2015) mengemukakan jika pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan secara positif signifikan. Namun hasil yang bertolak belakang dikemukakan oleh penelitian Maiyarni et al (2014) yang mengemukakan jika pengungkapan CSR tidak dipengaruhi ukuran perusahaan.

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

Hasil penelitian memperlihatkan jika profitabilitas tidak berpengaruh

terhadap pengungkapan CSR.. Hal ini berarti perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosialnya tanpa memperhatikan besar kecilnya laba yang dihasilkan dengan kata lain variabel profitabilitas tidak berpengaruh terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Hal ini didukung dengan pendapat bahwa ketika perusahaan memiliki tingkat laba yang tinggi, perusahaan (manajemen) menganggap tidak perlu melaporkan hal-hal yang dapat mengganggu informasi tentang sukses keuangan perusahaan. Sebaliknya, pada saat tingkat profitabilitas rendah, mereka berharap parapengguna laporan akan membaca "good news" kinerja perusahaan, misalnya dalam lingkup sosial, dan dengan demikian investor akan berinvestasi di perusahaan tersebut (Trisnawati, 2014 dalam Sulthony, 2019).

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Sulthony (2019) mengemukakan jika pengungkapan CSR tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Namun hasil yang bertolak belakang dikemukakan oleh penelitian Aprina dan Khairunisa (2015) mengemukakan jika ROA jika pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ROA sebagai proksi dari profitabilitas.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba

Hasil penelitian memperlihatkan jika ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hal ini berarti perusahaan yang besar dan perusahaan yang kecil tidak terbukti lebih agresif dalam melakukan manajemen laba. Ukuran perusahaan

yang besar tentunya akan menjalankan Corporate Governance dengan baik. Semakin besar perusahaan pengendalian internnya tentu akan semakin baik sehingga pengawasan terhadap kegiatan perusahaan juga akan semakin baik (Siregar, 2017). Ukuran perusahaan belum tentu dapat memperkecil kemungkinan terjadinya manajemen laba, karena perusahaan besar lebih banyak memiliki aset dan memungkinkan banyak aset yang tidak dikelola dengan baik sehingga kemungkinan kesalahan dalam mengungkapkan total aset dalam perusahaan tersebut (Gunawan, 2015).

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Siregar (2017) dan Gunawan (2015) yang mengemukakan jika manajemen laba tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Namun hasil penelitian ini tidak konsisten dengan penelitian Prasetya dan Gayatri (2016) dan Jao dan Panggalung (2017) mengemukakan jika manajemen laba dipengaruhi secara negatif signifikan oleh ukuran perusahaan. Serta tidak konsisten dengan penelitian Medyawati dan Dayanti (2016) mengemukakan jika manajemen laba dipengaruhi secara positif oleh ukuran perusahaan..

Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian memperlihatkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan profitabilitas tidak memberikan pengaruh dalam pembatasan manajemen laba. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi tidak akan melakukan manajemen laba (Gunawan *et al*, 2015). Para pemodal akan menggunakan

ROA sebagai indikator untuk mengambil keputusan berinvestasi. Jika terjadi peningkatan pada profitabilitas, maka harapan yang dimiliki oleh para stakeholder juga akan semakin tinggi terhadap kompensasi dan tingkat pengembalian dari keuntungan perusahaan. Dengan kata lain, jika nilai ROA yang tinggi tidak mempengaruhi praktik manajemen laba..

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Gunawan *et.al* (2015) mengemukakan jika manajemen laba tidak memengaruhi peningkatan profitabilitas. Namun hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Wibisana dan Ratnaningsih (2014) serta Dewi dan Sujana (2014) yang mengemukakan jika praktik perataan laba dipengaruhi oleh profitabilitas secara positif, di mana salah satu cara dalam praktik manajemen laba adalah perataan laba.

Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian memperlihatkan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan peningkatan pengungkapan corporate social responsibility akan menyebabkan terjadinya penurunan manajemen laba (Gayatri dan Prasetya, 2016). Perusahaan yang memiliki komitmen kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku dan akan meminimalisir praktik manajemen laba. Organisasi yang memiliki etika akan memiliki integritas dengan berbuat jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya

(Chun, 2005 dalam Gayatri dan Prasetya, 2016).

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Gayatri dan Prasetya, (2016) mengemukakan jika manajemen laba dipengaruhi secara negatif oleh CSR. Namun hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Suryani dan Heriyanti (2015) yang mengemukakan jika manajemen laba dipengaruhi secara positif oleh CSR.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui Pengungkapan CSR

Hasil penelitian memperlihatkan jika total pengaruh langsung ukuran perusahaan terhadap manajemen laba lebih kecil dari pada pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Kesimpulannya, pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap manajemen laba melalui Pengungkapan CSR

Hasil penelitian memperlihatkan jika total pengaruh langsung profitabilitas terhadap manajemen laba melalui CSR sama dengan pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Kesimpulannya, pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening dari profitabilitas perusahaan terhadap manajemen laba

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut :

1. Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR
2. Profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.
3. Ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap praktik manajemen laba
4. Profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.
5. CSR terbukti berpengaruh terhadap praktik manajemen laba
6. Pengungkapan CSR terbukti dapat memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
7. Pengungkapan CSR tidak terbukti dapat memediasi hubungan profitabilitas perusahaan terhadap manajemen laba

Saran

Saran yang dapat peneliti ajukan antara lain:

1. Untuk riset mendatang disarankan dapat menambah jumlah sampel penelitian, jumlah variabel yang digunakan, dan dapat menggunakan objek penelitian lain selain perusahaan manufaktur sehingga dapat menghasilkan kesimpulan dengan tingkat keakuratan yang tinggi dengan hasil yang lebih beragam.
2. Untuk pihak manajemen perusahaan disarankan untuk dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen laba dari berbagai referensi agar dapat dipergunakan dalam pengelolaan organisasi perusahaan dan dapat

meminimalisasi praktik manajemen laba. Penerapan yang tidak tepat dapat menyebabkan masalah yang besar terhadap pelaporan keuangan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprina, Desi Nur dan Khairunnisa. 2015. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal e-Proceeding of Management*. ISSN 2355-9357, 2 (3): 3251-2358
- Arief, Arvina dan Moh. Didik Ardiyanto. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 3 No. 3
- Bestivano, W. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Perataan Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Publikasi*. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang
- Dewi, Made Yustiari dan Sujana, I Ketut. 2014. "Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Pada Praktik Perataan Laba Dengan Jenis Industri Sebagai Variabel Pemoderasi Di BEI". ISSN 2302-8556. *E-journal Akuntansi Universitas Udayana*. 170-184. Bali.
- Gunawan, I. K., Ari, N., Darmawan, S., Gusti, I., Purnamawati, A., Akuntansi, J., ... Leverage, L. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan

- Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1*, 3(1). Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/viewFile/5272/3998>
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Horison, M. Y., dan Y. W. Nugrahanti, 2014, Perbedaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan antara Perusahaan dengan Manajemen Laba Tinggi dan Rendah, Seminar Nasional Dan Call For Paper (Sancall 2014): *Research Methods And Organizational Studies*, 281-295.
- Janra, D. M. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan. *Jurnal Publikasi Univeristas Padang*
- Jao, R., & Pagalung, G. (2011). Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Akuntansi & Auditing*, 8(1), 43–54. <https://doi.org/10.14710/JAA.V8I1.4346>
- Kim, Y., M.S Park, dan B. Wier. 2012. Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility?. *The Accounting Review* 87 (3): 761–796.,
- Lanis, R. and G. Richardson. 2012. “Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis”. *J. Account. Public Policy*, pp.86-108
- Marihot, Nasution dan Setiawan, Doddy. 2007. *Pengaruh Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia*. SNA X Makasar.
- Medyawati, H., & Dayanti, A. S. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba: Analisis Data Panel. *Jurnal Ekonomi Bisnis* Volume 21 No.3.
- Mulford, Charless W. dan Eugene E. Comiskey. 2010. *Deteksi Kecurangan Akuntansi The Financial Numbers Game*, Jakarta: PPM Manajemen Sosiawan, Santhi Yuliana. 2012. Pengaruh Kompensasi, Leverage, Ukuran Perusahaan, Earning Power terhadap Manajemen Laba. *JRAK* Vol. 8, No. 1, Februari.
- Patten, D.M. and G. Trompeter. 2003. “Corporate Responses to Political Costs: An Examination of the Relation Between Environmental Disclosure and Earnings Management,” dalam *Journal of Accounting and Public Policy*. Vol. 22. pp. 83-94
- Prasetya, Pria Juni dan Gayatri. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas*

- Udayana Vol. 14.1 Januari 2016: 511-538. ISSN: 2303-1018
- Purba, Ida Bagus Gde Indra Wedhana; dan Yadnya, I Putu. Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility. E-Jurnal Manajemen, [S.l.], v. 4, n. 8, aug. 2015.
- Putra. Putu Adi; Sinarwati, Ni Kadek; Darmawan, Nyoman Ari Surya. 2014. Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Manajemen Laba. E-Journal Universitas Pendidikan Ganesha Vol. 2 No. 1
- Sartono, Agus (2010). Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE
- Schipper, K. (1989): 'Commentary on earnings management'. Accounting Horizons 3, pp. 91-102.
- Siregar, Nolita Yeni. 2017. Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Earning Management Jurnal Akuntansi. Vol. 3 No. 2
- Sosiawan, Santhi Yuliana. (2012). Pengaruh Kompensasi, Leverage, Ukuran Perusahaan, Earnings Power Terhadap Manajemen Laba. Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Fakultas Bisnis UKDW. Vol.8 No.1
- Sulthony, Zahrul Makarim. (2019). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage Dan Likuiditas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). Jurnal Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Suryani, A., & Herianti, E. (2015). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba dan Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Simposium Nasional Akuntansi XVIII. Medan, (September), 1–26.
- Sutikno, F. 2014. Pengaruh Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi 3(10)
- Tsoutsoura, Margrita, & Haas. (2004). Haas School of Business. Haas School of Business University of California at Berkley.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas
- Wibisana, Imas Dinar dan Ratnaningsih, Dewi. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Arah Manajemen Laba Studi Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2010-2013. E-journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta

