



AKUNTANSI PAJAK DEWANTARA

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SARJANAWIYATA TAMANSISWA



JURNAL.USTJOGJA.AC.ID

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY SEBAGAI VARIABEL MODERATING

Teguh Erawati^{1*}

Tri Iswanto²

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi
Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa

*email: eradimensiarch@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine whether company size can affect earnings management by using corporate social responsibility as a moderating variable. This research method uses quantitative and primary descriptive methods using financial statements listed on the Indonesia Stock Exchange from 2014-2017.

This study sampled 136 financial statements that were listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) from 2014-2017. The sampling technique uses purposive sampling. Data collection is done using financial reports from 2014-2017 which can be downloaded via the website www.idx.ac.id

Data were analyzed using multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that company size has a positive effect on earnings management. Whereas corporate social responsibility cannot moderate the relationship between company size and earnings management.

INFO ARTIKEL

Diterima: 05 Januari 2022

Direview: 12 Januari 2022

Disetujui: 12 Februari 2022

Terbit: 29 September 2022

Keyword:

Company Size; Corporate Social Responsibility; Profit management

PENDAHULUAN

Laporan keuangan digunakan oleh pihak eksternal sebagai untuk memperoleh informasi terkait keadaan perusahaan, pengambilan keputusan bagi seorang investor, pencapaian kinerja suatu perusahaan atau entitas. Dalam PSAK No.1 Tahun 2015 disebutkan bahwa laporan keuangan berfungsi untuk memberikan informasi mengenai laporan posisi keuangan, laporan laba rugi dan penghasilan komprehensif, catatan atas laporan keuangan, laporan arus kas, dan laporan perubahan ekuitas yang informasinya disajikan berdasarkan fakta yang ada tanpa mengurangi keterpahaman terhadap laporan keuangan. Laporan keuangan yang mencantumkan informasi-informasi material dapat dijadikan dasar bagi stakeholder dalam mengukur kinerja perusahaan berdasarkan kemampuan manajemen dalam mengelola sumber daya dan menghasilkan keuntungan (laba) dan juga bagi shareholder dalam mengambil keputusan dalam berinvestasi. Salah satu media yang dipakai oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi-informasi terkait dengan aktivitas yang dilakukan

perusahaan selama satu periode akuntansi serta memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan Panjaitan & Muslih (2019).

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh laba sebanyak-banyaknya. Pemilik biasanya menyerahkan sumberdaya perusahaan yang ada untuk dikelola oleh manajemen. Manajemen tersebut nantinya bertanggungjawab kepada pemilik untuk melaporkan kegiatan pengelolaan sumberdaya perusahaan melalui sebuah laporan keuangan. Laporan keuangan tersebut mencerminkan hasil kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan. Didalam perusahaan, menurut Santi (2018) manajemen sebagai pihak internal perusahaan memiliki kepentingan melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas laba. Kualitas laba perlu diperhatikan karena laba merupakan parameter penting yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen.

Laporan keuangan juga seharusnya dapat membantu para stakeholder maupun shareholder untuk mengevaluasi kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan melihat informasi mengenai modal, kewajiban dan asset Panjaitan & Muslih (2019). Informasi mengenai laba membantu perusahaan untuk memprediksikan dan melihat seberapa besar laba yang dapat dihasilkan untuk periode yang mendatang, ukuran laba juga menggambarkan bagaimana kinerja manajemen dalam menghasilkan laba guna membayar dividen investor, bunga kreditor dan pajak pemerintah Panjaitan & Muslih (2019). Informasi laba sering digunakan para stakeholder dan shareholders sebagai tolak ukur kinerja perusahaan untuk melihat apakah tujuan operasi sudah tercapai dan juga sebagai pertanggungjawaban manajemen serta menjadi dasar dalam pengambilan sebuah keputusan.

Menurut Fisher dan Rosenzweig dalam Panjaitan & Muslih (2019) bahwa tindakan menurunkan atau menaikkan laba pada periode tertentu oleh manajemen tanpa menyebabkan penurunan dan kenaikan keuntungan ekonomi perusahaan untuk jangka panjang disebut dengan manajemen laba. Tindakan menaikkan dan menurunkan laba hanya untuk keuntungan saat itu juga dan untuk kepentingan sendiri tanpa pertimbangan jangka panjang terhadap perusahaan. Terdapat beberapa alasan mengapa manajer melakukan manajemen laba. Salah satunya adalah untuk kepentingan meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap kinerja perusahaan dan juga untuk memperbaiki hubungan dengan pihak kreditor Sulistyanto (2014). Perusahaan yang sedang mengalami financial distress memungkinkan dalam melakukan tindakan manajemen laba. Dimana perusahaan akan berusaha menutupi utangnya dan menyajikan laporan keuangan agar terlihat bagus dan baik, sedangkan keadaan sesungguhnya perusahaan mengalami kerugian yang berturut-turut. Harga saham sebuah perusahaan secara signifikan dipengaruhi oleh laba perusahaan itu sendiri. Laba yang terlihat konsisten dapat mengurangi risiko yang ada dalam perusahaan. Sebagai salah satu upaya perusahaan untuk menaikkan harga saham dan mengurangi risiko perusahaan tak jarang perusahaan melakukan tindakan manajemen laba.

Salah satu kasus manajemen laba yang pernah terjadi di Indonesia yaitu pada perusahaan PT. Inovisi Infracom pada tahun 2015. Kasus pada perusahaan ini bermula ketika Bursa Efek Indonesia menemukan indikasi adanya manipulasi laba. Indikasi manajemen laba ini muncul ketika dirasa laporan keuangan yang diterbitkan tidak sesuai dan mengalami banyak kesalahan. Kesalahan yang mencolok terutama pada bagian penerimaan, bagian pembayaran kas pada karyawan, laba bersih per saham, aset tetap, utang-utang pada pihak ketiga dan berelasi. Bursa Efek Indonesia jugamempertanyakan adanya perubahan angka terhadap pembayaran kas kepada karyawan, yang mana pada laporan keuangan tidak memunculkan penjelasan adanya perubahan. Pembayaran kas kepada karyawan yang sebelumnya bernilai Rp1,9 triliun pada kuartal ketiga 2014 mengalami perubahan menjadi Rp59 miliar Panjaitan & Muslih (2019).

Seperti uraian fenomena data yang telah di paparkan pada latar belakang penelitian ini, bahwa tindakan manajemen laba masih dilakukan di berbagai perusahaan terutama pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2017. Bahkan tindakan manajemen laba ini tidak hanya dilakukan oleh perusahaan kecil namun perusahaan besar sekali pun masih tetap melakukan tindakan manajemen laba. Tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan dengan merekayasa atau menyajikan laporan keuangan yang fiktif dapat berdampak buruk pada perusahaan itu sendiri. Tindakan manajemen laba tersebut dapat mengakibatkan citra perusahaan menjadi tidak baik, mengurangi kepercayaan pihak eksternal yang terlibat kepada perusahaan dan juga

mengakibatkan pengambilan keputusan yang berujung menyesatkan seperti pengambilan keputusan investor untuk berinvestasi kepada perusahaan. Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui faktor-faktor apa yang dapat mempengaruhi manajemen laba dalam perusahaan.

Timbulnya manajemen laba dapat dijelaskan dengan teori agensi. Sebagai agen, manajer secara moral bertanggungjawab untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik (*principal*) dan sebagai imbalannya akan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Dengan demikian terdapat dua kepentingan yang berbeda didalam perusahaan dimana masing-masing pihak berusaha untuk mencapai atau untuk mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendaki. Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari total *asset* maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik manajemen laba sebuah perusahaan Santi (2018), karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat. Semakin besar ukuran suatu perusahaan, peluang untuk melakukan manajemen laba semakin kecil. Kondisi tersebut dapat terjadi dikarenakan perusahaan besarmenjaga nama baiknya dengan tidak melakukan hal-hal yang negatif. Berbeda dengan perusahaan kecil, mereka lebih memiliki peluang melakukan tindakan manajemen laba dengan tujuan untuk memperlihatkan kinerja baik perusahaan yang secara tidak langsung membantu meningkatkan nilai perusahaan.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR berpengaruh pada manajemen laba. Perusahaan besar pada umumnya akan melakukan pengungkapan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan resiko politis yang dihadapi perusahaan besar akan lebih besar dari pada perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan besar akan mengungkapkan CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat. Perusahaan akan lebih membatasi praktik manajemen laba dengan mengungkapkan CSR, karena tidak konsisten dengan tujuan perusahaan mendapatkan legitimasi dan nilai positif tersebut. Praktik kecurangan seperti manajemen laba dapat menghilangkan pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR. Hal inilah yang membuat peneliti ingin mengetahui apakah pengungkapan CSR mampu mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Selain itu, adanya perbedaan pendapat antara penelitian 1 dengan yang lain dan perbedaan hasil mengenai pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba, membuat peneliti menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel moderating agar hasil yang diperoleh nantinya dapat menjadi lebih konsisten.

Pembeda dengan penelitian yang sebelumnya yaitu menggunakan variabel intervening yang bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan corporate social responsibility. Populasi dalam penelitian sebelumnya yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Jumlah sampel 42 perusahaan diperoleh dengan teknik purposive sampling.

Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan corporate social responsibility. Ukuran perusahaan dan pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh negatif atau tidak terdukung pada manajemen laba. Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan corporate social responsibility.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba, pengaruh ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR pada manajemen laba, serta pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah agar dapat menambah referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya teori-teori mengenai praktik manajemen laba dan CSR. Kegunaan praktisnya adalah hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dalam menerapkan CSR dan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkompeten terhadap kepentingan perusahaan.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Teori agensi dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja merupakan seperangkat aturan yang mengatur mengenai mekanisme bagi hasil, baik yang berupa keuntungan, return maupun risiko-risiko yang distujui oleh prinsipal dan agen.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari total *asset* maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik manajemen laba sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan yang kecil dianggap lebih banyak melakukan praktik manajemen laba daripada perusahaan besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan kecil cenderung ingin memperlihatkan kondisi perusahaan yang selalu berkinerja baik agar investor menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Berbeda dengan perusahaan kecil, perusahaan besar biasanya akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat.

H1: Ukuran Perusahaan Berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.

Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba.

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memiliki perjanjian dengan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan operasi berdasarkan dengan batas dan nilai keseimbangan. Perusahaan harus mampu membuat masyarakat yakin bahwa aktivitas yang dilaksanakan oleh organisasi sudah sesuai dengan aturan dan kaidah yang dipercayai oleh masyarakat, sehingga membuat perusahaan memperhatikan analisis perilaku dengan memperhatikan lingkungan sosial.

Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya dalam laporan keuangan secara tidak langsung mendapatkan manfaat berupa image positif di mata masyarakat maupun investor. Image positif tersebut secara tidak langsung menguntungkan manajemen atau perusahaan dalam mengelola laba. Manajemen atau perusahaan lebih leluasa melakukan manajemen laba, karena image tersebut disalahgunakan untuk menutupi tindakan manajemen laba yang dilakukan. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh manajemen karena publik telah memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan. Publik berpendapat bahwa perusahaan dengan kegiatan CSR yang tinggi tidak mungkin melakukan tindakan kurang etis seperti manajemen laba. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi CSR sebuah perusahaan maka tindakan manajemen laba yang dilakukan juga semakin tinggi. Suryani (2014), dan Purwitaningrum menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Gayatri (2016) dan Prasetya (2016) yang menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba di dalam sebuah perusahaan. Berdasarkan teori yang dipaparkan dan perbedaan hasil penelitian, maka ditarik hipotesis ketiga dalam penelitian ini yaitu:

H2: Corporate Social Responsibility (CSR) memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba.

METODE PENELITIAN

Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah laporan keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel yang digunakan adalah laporan keuangan yang menyajikan laporan keuangan perusahaan dari tahun 2014-2017. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Purposive sampling*

Definisi Operasional

a. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba adalah upaya untuk mengubah, menyembunyikan dan merekayasa angka-angka dalam laporan keuangan dengan mempermainkan metode dan prosedur akuntansi yang digunakan perusahaan. Manajemen laba pada dasarnya dilakukan dengan menggeser biaya sekarang menjadi biaya periode masa depan dan pendapatan periode masa depan menjadi pendapatan sekarang agar laba yang dilaporkan lebih tinggi dari laba sesungguhnya maslahah, (2019).

Manajemen laba diartikan sebagai suatu proses pengelolaan data yang dilakukan manajer dengan sengaja tanpa melanggar standar akuntansi tertentu dalam batasan prinsip akuntansi. Manajemen laba umumnya dilakukan dengan melakukan pengelolaan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan. Terdapat beberapa faktor yang memotivasi manajer melakukan manajemen laba menurut Scott (Kusumawardani & Dewi (2017)).

b. Variabel independen (X)

1) Ukuran Perusahaan (X1)

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari total aset maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik manajemen laba di sebuah perusahaan Mahendra (2015). Menurut Yatulhusn, (2015) ukuran perusahaan besar dan kecil dapat diklasifikasikan dengan memperhatikan rata-rata total penjualan, rata-rata total aktiva, jumlah penjualan dan total aktiva. Kemampuan perusahaan besar lebih mampu dalam mencari dan mengembangkan ekspansi bisnis melalui pemodalannya yang diterima melalui perbankan ataupun pasar modal. Dimana perusahaan besar akan lebih memberikan ketertarikan bagi para kreditor, investor maupun pemerintah.

Ukuran perusahaan menunjukkan skala perusahaan. Ukuran perusahaan dapat diukur oleh total aktiva (assets). Aktiva itu menurut Shatu Cahyadi & Mertha (2019), adalah harta kekayaan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Harta kekayaan ini yang harus dapat diukur dengan jelas dengan satuan-satuan uang dan diurutkan berdasarkan kecepatan perubahannya kembali menjadi uang kas.

2) Corporate Social Responsibility (X2)

Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR dan pengungkapannya dalam laporan keuangan secara tidak langsung mendapatkan manfaat berupa image positif di mata masyarakat, kreditor maupun investor. Image positif tersebut secara tidak langsung dapat menguntungkan manajemen atau perusahaan dalam mengelola labanya. Manajemen atau perusahaan lebih leluasa dalam melakukan manajemen laba, karena image tersebut disalahgunakan untuk menutupi tindakan manajemen laba yang dilakukan. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh manajemen karena publik telah memberikan penilaian yang baik terhadap suatu perusahaan. Publik berpendapat bahwa perusahaan dengan pengungkapan CSR yang tinggi tidak mungkin melakukan tindakan yang kurang etis seperti dalam melakukan manajemen labanya. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi CSR di sebuah perusahaan maka tindakan manajemen laba yang dilakukan semakin tinggi. Hasil penelitian Suryani, (2014), menyatakan bahwa CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Teknik Analisis Data

a. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi mengenai data yang dimiliki dan menggambarkan variabel-variabel dalam penelitian ini. Analisis ini hanya digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai dengan perhitungan agar dapat memperjelas keadaan atau karakteristik data yang bersangkutan. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah minimum, maksimum, mean, dan

standar deviasi.

Statistik deskriptif merupakan alat statistik yang berfungsi mendeskripsikan atau memberi gambaran tentang objek yang di teliti melalui data sampel dan populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum dari data tersebut Mahendra (2015).

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji normalitas

Berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, Sari (2016). Penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov Smirnov* dengan menggunakan taraf signifikansi 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 dan begitu juga sebaliknya jika taraf signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

2) Uji Multikolinearitas

Untuk melakukan uji multikolinearitas pada model regresi diperlukan nilai *Tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Faktor*). Apabila nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10,0 maka menunjukkan tidak terdapat masalah multikolinearitas dalam penelitian tersebut dan begitu juga sebaliknya apabila nilai *Tolerance* < 0,10 dan VIF > 10,0 Sari (2016).

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ini setiap nilai variabel bebas yang berpasangan dengan nilai variabel terikat mempunyai varian yang sama. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi ini, dapat menggunakan cara Uji Glejser dengan melihat probabilitas signifikannya. Apabila nilai signifikan > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedstisitas dan begitu juga sebaliknya apabila nilai signifikan < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa model regresi mengandung heteroskedastisitas.

c. Uji Hipotesis

1) Analisis variabel moderating

Analisis regresi berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen apabila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi. Dalam menganalisis *Moderated Regression Analysis* dengan rumus antara lain:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_1 + \beta_3 (X_1 * X_2) + \epsilon$$

2) Uji koefisien determinan (R²)

Uji koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen Ghazali (2015). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin besar koefisien determinannya, maka semakin baik variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen.

3) Uji signifikansi simultan (uji statistic F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, (2018). Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau signifikan 5% ($\alpha=0,05$). Uji statistik F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan dengan nilai F tabel, Apabila nilai F dihitung lebih besar dari pada F tabel maka model yang digunakan layak demikian juga sebaliknya.

4) Uji signifikan parsial (uji statistik T)

Uji statistik T menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali (2015). Tingkat kepercayaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah 95% atau signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Uji statistic t dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel, jika t dihitung besar t tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima demikian juga sebaliknya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji ini adalah untuk menguji apakah pengamatan berdistribusi secara normal atau tidak, uji ini menggunakan *kolmogorov smirnov*. Berdasarkan data yang di olah dapat diketahui nilai *asympt.sig* (2-tailed) sebesar $0,192 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Untuk mengetahui ada atau tidaknya multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai Varians Inflation Factor (VIF) dan tolerance (α). Berdasarkan data yang di olah dapat diketahui bahwa nilai tolerance value $> 0,10$ atau nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Suatu asumsi penting dari model regresi linier klasik adalah bahwa gangguan (disturbance) yang muncul dalam regresi adalah homoskedastisitas, yaitu semua gangguan tadi mempunyai varian yang sama. Berdasarkan data yang di olah dapat diketahui bahwa nilai probabilitas lebih besar dari 5%, dengan demikian semua variabel yang diajukan penulis dalam penelitian tidak terjadi heterokedastisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi berfungsi untuk menguji apakah dalam model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Pengujian ini menggunakan uji Ljung Box. Pada tabel 4.8 diketahui bahwa enam belas lag (16) ternyata semua signifikan. Karena hasil enam belas lag (16) adalah 0,000 itu berada diantara dua atau kurang dari dua sehingga tidak ada autokorelasi.

Uji Hipotesis

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

a. Uji Model (*Goodnes of Fit*)

Uji model digunakan untuk menguji kecocokan model yang dibuat atau apakah hasil percobaan sudah mengikuti probabilitas tertentu. Jika nilai $p < 0$ maka menerima hipotesis alternatif dan apabila nilai $p > 0$ maka menolak hipotesis alternatif. Hasil uji fit model dapat dilihat dari tabel :

Uji F

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29151.536	1	29151.536	4.781	.031
	Residual	816967.825	134	6096.775		
	Total	846119.361	135			

Sumber : olah data 2020 SPSS 21

Dari tabel diatas, nilai F_{hitung} 4,781 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,03 lebih kecil dari pada 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi antara ukuran perusahaan < Corporate Social responsibility terhadap manajemen laba dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Adjusted R Square

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.186 ^a	.034	.027	78.08185

Sumber : olah data 2020 SPSS

Tabel Adjusted R Square menunjukkan bahwa nilai *Adjusted R Square* adalah 0,027. Hal ini menunjukkan bahwa variabel independen (*corporate social responsibility*) dapat mempengaruhi nilai perusahaan sebesar 27%.

c. Hasil Uji selisih Mutlak(Uji T)

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-30.844	25.226		-1.223	.224
	X1	2.458	1.124	.186	2.187	.031

Sumber : olah data 2020 SPSS 21

Berdasarkan tabel 4.12 terlihat bahwa variabel Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba atau *corporate social responsibility* memperkuat terhadap manajemen laba pada tingkat signifikansi 5%. Ukuran perusahaan memiliki probabilitas sebesar $0,031 < 0,05$ dengan

koefisien 2,458. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba atau *corporate social responsibility* memperkuat terhadap manajemen laba dapat diterima.

2. Hasil Pengujian Nilai Selisih Mutlak Persamaan 1

a. Uji Model (*Goodness of Fit*)

Dari hasil pengolahan yang di dapat, nilai F_{hitung} adalah sebesar 2.906 dengan tinggi signifikansi 0,03 lebih kecil dari pada 0,05. Hal ini menunjukkan ukuran perusahaan, corpote cocial responsibility, serta interaksi antara ukuran perusahaan dan corpote cocial responsibility berpengaruh secara bersama-sama terhadap manajemen laba.

b. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji R^2

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.249 ^a	.062	.041	77.54259

Sumber : olah data 2020 SPSS 21

Pada tabel tersebut merupakan hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan nilai *Adjusted R-Square* sebesar 0,041 atau 4,1%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel $ZLn_corporate\ social\ responsibiity$, $ZLn_transparansi\ informasi$ dan $AbsLnX1_LnX3$ mampu memprediksi varibel nilai perusahaan sebesar 7,1%, sedangkan sisanya 92,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

c. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji T)

Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	73.364	72.716		1.009	.315
	X1	-2.950	3.210	-.223	-.919	.360
	X2	-936.376	546.373	-.583	-1.714	.089
	X1_X2	51.047	26.664	.600	1.914	.058

Sumber : olah data 2020 SPSS 21

Hasil tabel tersebut dapat menunjukkan bahwa secara individu variabel X1ukuran perusahaannilai koefisien -2,950 dengan probabilitas signifikansi 0,360. Variabel X2_transparansi informasi nilai koefisien -936,376 dengan probabilitas signifikansi 0,089. Variabel moderasi X1_X2 memiliki nilai 0,058 lebih besar dari 0,05. Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa *corporate social responsibility* dapat memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen.

a. Pengaruh Ukuran Terhadap Manajemen Laba

Hipotesis 1 menunjukkan bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba. Hal ini didukung dengan tabel 4.11 yang menunjukkan probabilitasnya $0,03 < 0,05$ dan koefisien 2.187. berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari total asset maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh besar dan kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau dapat diukur dari total *asset* maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik manajemen laba sebuah perusahaan. Hal ini diperkuat dengan adanya teori agensi dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja merupakan seperangkat aturan yang mengatur mengenai mekanisme bagi hasil, baik yang berupa keuntungan, return maupun risiko-risiko yang distujui oleh prinsipal dan agen.

Menurut Desmiyawati (D. kurnia Santi (2018) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan menurut besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh pihak-pihak eksternal sehingga manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya. Besarnya perhatian pihak luar tersebut membuat manajemen berpikir dua kali untuk melakukan manajemen laba.

Penelitian Desmiyawati (Jurnal (2009) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap manajemen laba. Dua hasil penelitian tersebut bertentangan dengan hasil Penelitian yang dilakukan Jao & Pagalung (2011) dan Prasetya & Gayatri, (2016) menemukan hasil yang negatif antara ukuran perusahaan dan manajemen laba.

b. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba.

Hipotesis 2 menunjukkan bahwa Corporate Social Responsibility dapat memperlemah Manajemen Laba. Hal ini didukung dengan tabel 4.15 yang menunjukkan probabilitasnya $0,058 < 0,05$ dan koefisien 1.914. berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa corporate social responsibility dapat memperlemah ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Perusahaan dengan CSR yang tinggi mendapatkan legitimasi atau kepercayaan dari publik. Legitimasi tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menutupi tindakan manajemen laba yang dilakukan. Manajemen lebih leluasa melakukan tindakan tersebut karena merasa terlindungi dengan adanya legitimasi atau kepercayaan publik tersebut. Manajemen laba memiliki arti bahwa semakin tinggi intensitas corporate social responsibility, maka akan dapat menurunkan manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mengungkapkan corporate social responsibility banyak atau sedikit tidak semata-mata untuk tujuan legitimatif, yaitu manajemen laba. Perusahaan yang sudah mengungkapkan corporate social responsibility berarti perusahaan tersebut sudah memiliki tanggung jawab sosial. Tetapi corporate social responsibility tidak memperkuat pengaruh positif ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Hal ini diperkuat dengan adanya teori Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memiliki perjanjian dengan masyarakat untuk melaksanakan kegiatan operasi berdasarkan dengan batas dan nilai keseimbangan. Perusahaan harus mampu membuat masyarakat yakin bahwa aktivitas yang dilaksanakan oleh organisasi sudah sesuai dengan aturan dan kaidah yang dipercayai oleh masyarakat, sehingga membuat perusahaan memperhatikan analisis perilaku dengan memperhatikan lingkungan sosial.

Menurut hery (2015) manajemen laba dilakukan oleh manajer atau penyusun laporan keuangan karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan. Manajemen laba dapat memberikan gambaran tentang perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usaha pada suatu periode tertentu, yaitu adanya kemungkinan motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk merekayasa data keuangan. Manajemen laba semacam ini memiliki dampak negatif terhadap kualitas laba karena dapat mendistorsi informasi yang terdapat dalam laporan laba rugi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Meilinda Murnita & Dwiana Putra (2018), dan Kinasih et al (2018) yang menemukan hasil corporate social responsibility berpengaruh negatif signifikan pada manajemen laba.

SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan dengan mengambil data sekunder laporan keuangan. Dan memperoleh data yang penulis masukkan kedalam penelitian ini yaitu 134 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), yang dapat diperoleh dari situs atau web www.idx.co.id untuk pengujian Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai variabel moderating sehingga dapat menghasilkan kesimpulan :

1. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Hasil penelitian ini mendukung teori Desmiyawati et al Denovis (2019) ukuran perusahaan adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan menurut besar kecilnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh pihak-pihak eksternal sehingga manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya. Besarnya perhatian pihak luar tersebut membuat manajemen berpikir dua kali untuk melakukan manajemen laba. Penelitian Desmiyawati et al Denovis (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh secara positif terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau diukur dari total asset maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat berpengaruh besar dan kecilnya perusahaan yang dapat dilihat atau dapat diukur dari total asset maupun penjualan. Ukuran perusahaan dapat menentukan banyak sedikitnya praktik manajemen laba sebuah perusahaan. Hal ini diperkuat dengan adanya teori agensi dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan.

2. Corporate Social Responsibility (CSR) tidak dapat memoderasi atau memperlemah pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba.

Artinya, tidak berpengaruhnya corporate social responsibility terhadap manajemen laba dapat disebabkan minimnya tanggungjawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya, yang di antaranya adalah konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan yang mencakup aspek ekonomi, sosial dan lingkungan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ricardo dan Faisal (Ardiani & Sudana, (2018), dan Evadewi dan Meiranto (Ardiani & Sudana, (2018) yang menemukan hasil corporate social responsibility berpengaruh negatif signifikan pada manajemen laba.

REFERENSI

- Agustia. (2018). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba*.
- Ardiani, N. L. N., & Sudana, I. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 24, 2333. <https://doi.org/10.24843/Eja.2018.V24.I03.P26>
- Cahyadi, I. M. K., & Mertha, M. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, 173. <https://doi.org/10.24843/Eja.2019.V27.I01.P07>
- Denovis, F. O. (2019). Pengaruh Asimetri Informasi, Tingkat Leverage Dan Ukuran Perusahaan

Terhadap Praktik Manajemen Laba. *JRAK: Jurnal Riset Akuntansi Dan Komputerisasi Akuntansi*, 10(1), 87–110. <https://doi.org/10.33558/Jrak.V10i1.1646>

Dewi Dan Nuraina. (2017). *Pengaruh Tax Planning Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba*.

Dewi, I. A. A. W. C., & Wirawati, N. G. P. (2017). Pengaruh Agresivitas Pajak Pada Corporate Social Responsibility Dengan Likuiditas Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(3), 1943–1969.

Erawati Dan Lestari. (2019). *Pengaruh Perencanaan Pajak (Tax Planning), Kualitas Audit Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba*.

Ghozali. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Spss*. Semarang; Badan Penerbit Undip.

Ghozali. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Spss*. Semarang; Badan Penerbit Undip.

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Spss*. Semarang; Badan Penerbit Undip.

Hasty Dan Herawaty. (2017). *Pengaruh Struktur Kepemilikan, Leverage, Profitabilitas Dan Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba Dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Moderasi*.

Hery. (2015). *Manajemen Laba: Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial Dan Kompensasi Bonus JURNAL ASET (AKUNTANSI RISET)*.

Jao, R., & Pagalung, G. (2011). *TERHADAP MANAJEMEN LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDONESIA Robert Jao Gagaring Pagalung (Universitas Hasanuddin)*. 8(1), 43–54.

Jensen Dan Meckling. (2015). *Teori Agensi*.

Jurnal, P. (2009). *Sebesar 0.032, Dan (2) Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Signifikan Terhadap Manajemen Laba Dengan Tingkat Signifikansi Atau P. 1(3)*, 180–189.

Kinasih, H. W., Oktafiyani, M., & Yovita, L. (2018). Keterkaitan Antara Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba : Sebuah Perspektif Teori Agency. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 101–109. <https://doi.org/10.33633/Jpeb.V3i2.2303>

Kusumawardani, N. F., & Dewi, R. R. (2017). Motivasi Bonus, Pajak, Dan Utang Dalam Tindakan Manajemen Laba (Studi Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2015). *Media Riset Akuntansi, Auditing Dan Informasi*, 16(1), 79. <https://doi.org/10.25105/Mraai.V16i1.2072>

Mahendra, I. (2015). Pada Koperasi Karyawan Budi Setia Jakarta Dengan Technology Acceptance Model. *Jurnal Pilar Nusa Mandiri*, XI(1), 70–80.

Maslihah, A. (2019). *Pengaruh Profitabilitas, Aktiva Pajak Tangguhan, Perencanaan Pajak, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)*. Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa.

Meilinda Murnita, P. E., & Dwiana Putra, I. M. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Dan Leverage Sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi*, 23, 1470. <https://doi.org/10.24843/Eja.2018.V23.I02.P25>

Mu, A. (2019). Pengaruh Sustainability Reporting Dan Institutional Ownership Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Chemical Information And Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Panjaitan, D. K., & Muslih, M. (2019). Manajemen Laba : Ukuran Perusahaan , Kepemilikan Manajerial Dan Kompensasi Bonus. *Jurnal ASET (Akuntansi Riset)*, 11(1), 1–20. <https://doi.org/10.17509/Jaset.V11i1.15726>
- Permatasari, M. P., Luh, N., & Setyastrini, P. (2019). *Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Ditinjau Dari Teori Legitimasi Dan Teori Stakeholder*. 5(1), 1–3.
- Prasetya, P., & Gayatri, G. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi*, 14(1), 511–538.
- Sabatini, K., & Sudana, I. P. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pada Nilai Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(1), 56–69. <https://doi.org/10.24843/Jiab.2019.V14.I01.P06>
- Santi, D. K., & Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 11–24. <https://doi.org/10.24964/Ja.V6i1.536>
- Santi, D. Kurnia. (2018). *Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Manajemen Laba*.
- Sulistiyanto. (2014). *Manajemen Laba: Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial Dan Kompensasi Bonus Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, Indonesia*1.
- Suryani. (2014). *Pengaruh Pengungkapan Tanggungjawab Sosial Perusahaan Terhadap Koefisien Laba Dan Manajemen Laba*.
- Wirakusuma, D. K. (2016). *Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktek Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Dengan Periode Pengamatan Dimulai Dari 2008-2010. Universitas Udayana Bali*.
- Yatulhusn, N. (2015). *Pengaruh Profitabilitas, Umur, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2010-2013). Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta*.

website www.idx.co.id dikunjungi 25 November 2019