

## **PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**

(Studi Empiris pada Perusahaan *Food and Beverage* yang Terdaftar di  
Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020)

**Erlita Wulandari<sup>1\*</sup>, Dwi Perwitasari Wiryaningtyas<sup>2</sup>, Ida Subaida<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Abdurachman Saleh Situbondo

\*Email Korespondensi : erlitawulandri@gmail.com

### **Abstrak**

Ukuran perusahaan merupakan salah satu atribut utama yang menentukan tanggung jawab sosial perusahaan yang diyakini dapat meningkatkan reputasi yang baik bagi perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020. Teknik pengambilan sampel ditentukan secara *purposive sampling*. Analisis data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Model Persamaan Struktural - Partial Least Square (PLS-SEM). Hasil uji hipotesis pengaruh langsung menggunakan aplikasi Smart PLS 3.0, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan berpengaruh negatif tetapi tidak signifikan terhadap manajemen laba, Corporate Social Responsibility (Pengungkapan CSR) berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Hasil uji hipotesis pengaruh tidak langsung menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan terhadap manajemen laba melalui Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) berpengaruh positif signifikan.

**Kata Kunci:** Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

### **Abstract**

*The size of the company is one of the key attributes that determine corporate social responsibility which is believed to increase a good reputation for the company. The purpose of this study was to analyze and examine the effect of Firm size on Earnings Management through Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure. This research is causality research. The population in this study are food and beverage companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the 2016-2020 period. The sampling technique was determined by purposive sampling. Data analysis and hypothesis testing in this study used the Structural Equation Model - Partial Least Square (PLS-SEM). The results of the direct influence hypothesis test using the Smart PLS 3.0 application, indicate that firm size have a significant positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR) disclosures, firm size have a negative but not significant effect on earnings management, Corporate Social Responsibility (CSR) disclosures has a significant positive effect on earnings management. The results of the*

*indirect effect hypothesis test show that the variable firm size on earnings management through Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure has a significant positive effect.*

**Keywords:** *Firm size, Earnings Management, Disclosure of Corporate Social Responsibility (CSR)*

## **PENDAHULUAN**

Manajemen keuangan merupakan salah satu bagian penting dalam sebuah perusahaan. Fahmi (2016:2) menyatakan bahwa “Manajemen keuangan merupakan penggabungan dari ilmu dan seni yang membahas, mengkaji, dan menganalisis tentang bagaimana seorang manajer keuangan dengan mempergunakan seluruh sumberdaya perusahaan untuk mencari dana, mengelola, dan membagi dana dengan tujuan memberikan *profit* atau kemakmuran bagi para pemegang saham dan *sustainability* (keberlanjutan) usaha bagi perusahaan”. “Manajemen keuangan menjelaskan tentang beberapa keputusan yang harus dilakukan yaitu keputusan investasi, keputusan pendanaan atau keputusan pemenuhan kebutuhan dana, dan keputusan kebijakan deviden” (Musthafa, 2017:3).

Tujuan utama dari manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan nilai yang dimiliki perusahaan atau memberikan nilai tambah terhadap aset yang dimiliki oleh para pemegang saham. Tujuan manajemen keuangan adalah untuk memaksimalkan laba dan meminimalisir biaya, guna mendapatkan suatu pengembalian keputusan yang maksimal dalam menjalankan perusahaan kearah perkembangan yang signifikan. Laporan keuangan sangat penting bagi perusahaan karena dapat memberikan informasi mengenai keuangan sebuah perusahaan yang dapat digunakan untuk mengambil sebuah keputusan. Pada dasarnya laporan keuangan merupakan hasil dari proses akuntansi yang dapat digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi antara data keuangan suatu aktivitas dari sebuah perusahaan dengan pihak-pihak yang bersangkutan, dengan data atau aktivitas perusahaan tersebut.

Salah satu informasi yang terdapat di dalam laporan keuangan adalah informasi mengenai laba perusahaan. Informasi laba yang berada pada laporan keuangan merupakan informasi yang utama dalam pengambilan keputusan untuk berinvestasi. Informasi laba tersebut membantu pemilik, dan pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan melakukan penaksiran sebuah perusahaan di masa yang akan mendatang. Informasi mengenai laba sering menjadi sasaran tindakan oportunistik manajemen dalam memaksimalkan kepuasan dengan cara memanipulasi laporan keuangan untuk menarik calon investor yang akan menanamkan sahamnya di perusahaan. Laba yang besar akan menarik para investor karena perusahaan memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Perilaku manajemen untuk mengatur laba sesuai dengan keinginan dikenal dengan istilah manajemen laba (*Earnings Management*). Manajemen laba merupakan keputusan dari manajer untuk memanipulasi laporan keuangan yang dianggap bisa mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan. Manajemen laba (*Earning Management*) adalah pilihan manajemen terhadap kebijakan akuntansi yang dijalankan oleh manajer untuk tujuan yang khusus yaitu untuk menampilkan prestasi dalam menghasilkan laba pada perusahaan. Manajemen laba digunakan dalam mempengaruhi tingkat pendapatan pada waktu yang sudah dipastikan untuk kepentingan *stakeholder*. Manajemen laba merupakan keputusan dari manajer untuk memanipulasi laporan keuangan yang dianggap bisa mencapai tujuan yang diinginkan oleh perusahaan.

Ukuran perusahaan adalah salah satu indikator yang digunakan investor dalam menilai aset maupun kinerja perusahaan. Besar kecilnya sebuah perusahaan dapat dilihat dari total aktiva dan total penjualan yang dimiliki perusahaan. Ukuran perusahaan

adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya sebuah perusahaan menurut berbagai cara, antara lain : total aktiva, log size, nilai pasar saham dan lain-lain. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil.

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya, tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, tetapi harus juga dapat bermanfaat bagi para *stakeholder* seperti konsumen, pemegang saham, masyarakat, pemerintah, lingkungan, dan pihak lainnya. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen perusahaan terhadap *stakeholder* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasional perusahaan. CSR yang dimaksud agar perusahaan mampu meningkatkan laba perusahaan dengan mengurangi dampak buruk terhadap aspek sosial dan lingkungannya. Seiring dengan perkembangan jaman, perusahaan dituntut untuk melakukan *Corporate Social Responsibility* atau yang disebut pertanggung jawaban secara sosial.

“Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan proses pemberian informasi kepada kelompok yang berkepentingan tentang aktivitas perusahaan serta dampak terhadap sosial dan lingkungan” (Wardani, 2015:10). Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR memberikan kesan atau citra yang baik tentang tanggung jawab perusahaan yang tidak hanya berorientasi pada laba, akan tetapi perusahaan masih peduli dengan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.

“Perusahaan manufaktur *Food and Beverage* adalah salah satu kategori sektor industri Bursa Efek Indonesia yang mempunyai peluang untuk tumbuh dan berkembang” (Wiryaningtyas, 2020:148). Hal ini terlihat semakin lama semakin meningkat pertumbuhan labanya karena barang konsumsi makanan dan minuman merupakan salah satu kebutuhan primer manusia selain pakaian dan tempat tinggal, maka dari itu perusahaan *Food and Beverage* merupakan peluang usaha yang mempunyai prospek yang baik. *Industry Food and Beverage* dapat tetap bertahan walaupun dalam keadaan krisis global dibandingkan dengan sektor lain karena dalam kondisi apapun krisis maupun tidak krisis sebagai produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan oleh masyarakat. Sektor *industry Food and Beverage* menjadi sektor yang paling diminati oleh investor karena memiliki peluang pasar yang terbuka lebar yang sangat menjanjikan.

## **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif dan kuantitatif. Sugiyono (2017:147) mengemukakan bahwa “Metode deskriptif adalah metode untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”. Sugiyono (2017:8) menyatakan bahwa “Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

## **Tempat dan Waktu Penelitian**

Tempat penelitian ini tidak dilakukan ke lokasi secara langsung melainkan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dengan menggunakan data sekunder yang di akses pada website resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) berupa laporan keuangan dan tahunan (*annual report*) pada perusahaan *Food and Beverage* periode 2016-2020. Waktu

penelitian ini dilaksanakan selama empat bulan yaitu pada bulan Maret sampai dengan Juni 2022.

### Populasi dan Sampel

Populasi merupakan keseluruhan objek penelitian yang akan diteliti sebagai sumber data yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2016-2020 sebanyak 26 perusahaan.

Sugiyono (2017:81) mengemukakan bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Sampel yang akan dipilih dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *purposive sampling*. Sugiyono (2017:85) "*Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu". Kriteria-kriteria dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Perusahaan *food and beverage* yang menerbitkan laporan keuangan lengkap selama periode penelitian tahun 2016-2020 yang telah diaudit dan dipublikasikan di BEI.
- Perusahaan *food and beverage* yang terus menghasilkan laba selama periode penelitian tahun 2016-2020.
- Perusahaan *food and beverage* menerbitkan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keuangan.

Tabel 1. Jumlah Perusahaan yang Memenuhi Kriteria Pengambilan Sampel

No	Kriteria	Jumlah Perusahaan
1.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode penelitian tahun 2016-2020.	26
2.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak mempublikasikan laporan keuangan lengkap selama periode penelitian tahun 2016-2020 yang telah diaudit dan dipublikasikan di BEI.	(12)
3.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang mengalami rugi selama periode penelitian tahun 2016-2020.	(6)
4.	Perusahaan <i>food and beverage</i> yang tidak menyajikan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> dalam laporan keuangan tahunan.	(2)
Jumlah perusahaan <i>food and beverage</i> yang dijadikan sampel		6

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

Tabel 2. Daftar Nama Perusahaan yang menjadi Sampel

No	Kode Perusahaan	Nama Perusahaan
1.	ROTI	PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk.
2.	CLEO	PT. Sariguna Primatirta Tbk.
3.	CAMP	PT. Campina Ice Cream Industry Tbk.
4.	CEKA	PT. Wilmar Cahaya Indonesia Tbk.
5.	SKLT	Sekar Laut Tbk.
6.	ICBP	PT. Indofood CBP Sukses Makmur Tbk

Sumber: [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)

### **Identifikasi Variabel**

#### **Variabel Bebas (*Independent Variable*)**

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Ukuran Perusahaan ( $X_1$ ).

#### **Variabel Mediasi (*Intervening Variable*)**

Variabel intervening yang digunakan dalam penelitian ini adalah Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ( $Y_1$ ).

#### **Variabel Terikat (*Dependent Variable*)**

Variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Manajemen laba ( $Y_2$ ).

### **Teknik Pengumpulan Data**

#### **Observasi**

Teknik ini merupakan langkah awal yang digunakan untuk mengamati laporan keuangan perusahaan *Food and Beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2016-2020.

#### **Studi Pustaka**

Teknik ini merupakan metode pengumpulan data dengan cara menemukan informasi yang relevan sesuai dengan objek penelitian serta menambah ilmu pengetahuan mengenai masalah yang berhubungan dengan perusahaan *food and beverage*. Literatur yang diambil dari buku-buku, jurnal-jurnal, skripsi, dan internet.

#### **Metode Analisis Data**

Metode analisis data merupakan tahapan proses analisis data dimana data primer atau data sekunder yang dikumpulkan diproses untuk menghasilkan kesimpulan dalam pengambilan suatu keputusan. Teknik analisa data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan program *Smart PLS 3.0 (Partial Least Square)*.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Deskripsi Data**

Pada penelitian ini, variabel independen (bebas) yaitu Ukuran perusahaan, variabel dependen (terikat) yaitu Manajemen laba dan variabel intervening yaitu Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data sekunder yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (BEI) yaitu [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) berupa laporan keuangan dan tahunan (*annual report*) pada perusahaan *food and beverage* selama 5 tahun pada periode 2016-2020. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* dan perusahaan yang memenuhi kriteria dalam pengambilan sampel sebanyak 6 perusahaan.

#### **Uji Asumsi Klasik Normalitas**

Ghozali (2018:110) menyatakan bahwa "Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau *residual* mempunyai distribusi normal". Uji asumsi klasik normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan nilai tengah dan dikatakan tidak melanggar asumsi normalitas apabila nilai *Excess Kurtosis* atau *Skewness* berada dalam rentang -2,58

hingga 2,58. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik normalitas, dapat disimpulkan bahwa sebaran data seluruh indikator berdistribusi normal.

### Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur kemampuan prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji ini dapat diketahui melalui nilai *R-Square* untuk variabel dependen. Perubahan nilai *R-Square* dapat digunakan untuk menilai pengaruh variabel laten independen tertentu terhadap variabel laten dependen. Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi, dapat diartikan bahwa:

- Variabel Ukuran perusahaan (X) mempengaruhi Pengungkapan corporate social responsibility ( $Y_1$ ) sebesar 0,233 (23,3%), sedangkan sisanya 76,7% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.
- Variabel Ukuran perusahaan (X) mempengaruhi Manajemen laba ( $Y_2$ ) sebesar 0,10 (10%), sedangkan sisanya 90% dipengaruhi variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

### Analisis Persamaan Struktural (*inner model*)

*Inner model* merupakan model struktural yang digunakan untuk memprediksi hubungan kausalitas (hubungan sebab-akibat) antar variabel laten atau variabel yang tidak dapat diukur secara langsung. Hasil analisis penelitian menggunakan sistem *bootstrapping* melalui program Smart PLS 3.0 maka dapat ditemukan persamaan nilai koefisien regresi dengan menggunakan dua sistem output yaitu *path coefficient* dan *specific*, selanjutnya dibuat persamaan struktural sebagai berikut :

#### Persamaan struktural (*inner model*)

Hasil uji statistika selanjutnya dapat dijabarkan kedalam persamaan linier (*inner model*) sebagai berikut:

$$Y_1 = a + b_1X + e$$

$$= 0,483X + e$$

$$Y_2 = a + b_2X + e$$

$$= -0,144X + e$$

$$Y_2 = a + b_3Y_1 + e$$

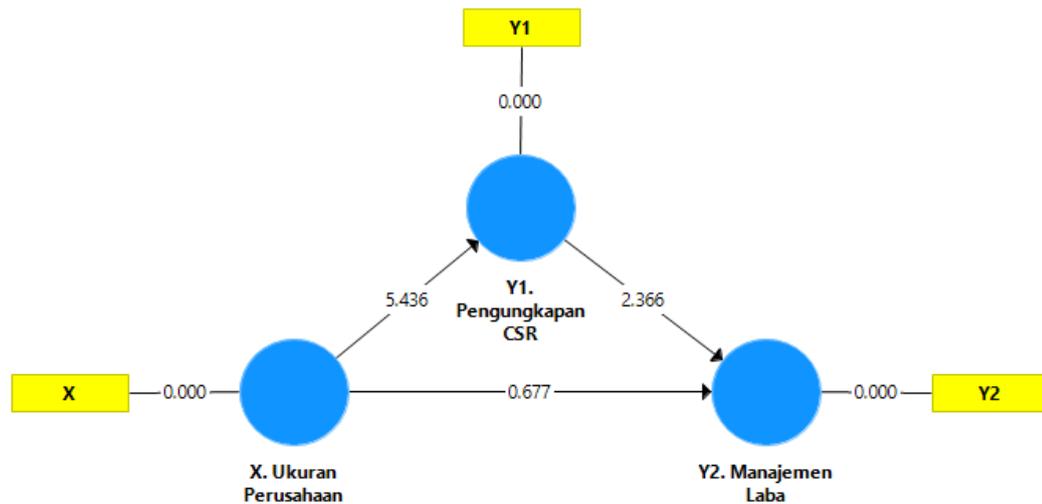
$$= 0,359Y_1$$

#### Persamaan struktural (*inner model*) dengan variabel *intervening*

Hasil persamaan struktural dengan menggunakan variabel *intervening* sebagai berikut :

$$Y_2 = a + b_2X + b_3Y_1 + e$$

$$= -0,144X + 0,359Y_1 + e$$



Gambar 2. Hasil Uji Model Struktural dengan Aplikasi Smart PLS

Tabel 3. Uji Hipotesis Penelitian

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X. Ukuran Perusahaan - > Y1. Pengungkapan CSR	0,483	0,481	0,089	5,436	0,000
X. Ukuran Perusahaan - > Y2. Manajemen Laba	-0,144	-0,134	0,212	0,677	0,498
Y1. Pengungkapan CSR -> Y2. Manajemen Laba	0,359	0,354	0,152	2,366	0,018

Tabel 4. Uji Hipotesis Penelitian Melalui Intervening

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
X. Ukuran Perusahaan -> Y1. Pengungkapan CSR -> Y2. Manajemen Laba	0,173	0,173	0,088	1,967	0,050

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Ukuran perusahaan (X) berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan *corporate social responsibility* (Y<sub>1</sub>) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,483) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,000 (<0,05), dengan demikian **H<sub>1</sub> diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa ukuran suatu perusahaan yang besar akan mendorong manajemen melakukan kegiatan CSR sehingga berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR karena semakin besar ukuran suatu perusahaan akan melakukan pengungkapan tanggungjawab perusahaan lebih besar dengan

pertimbangan menghindari tuntutan dari masyarakat atas kerusakan atau pencemaran yang diakibatkan oleh aktivitas operasional perusahaan. Pengungkapan tanggungjawab perusahaan ini juga digunakan untuk menarik kepercayaan dan perhatian masyarakat maupun investor yang akan menanamkan sahamnya. Untuk itu mereka membutuhkan informasi terkait tanggungjawab perusahaan apakah perusahaan bertanggungjawab atau tidak atas kegiatan perusahaannya.

### **Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Ukuran perusahaan (X) berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Manajemen laba ( $Y_2$ ) dengan nilai *original sample* yaitu negatif (-0,144) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,498 ( $<0,05$ ), dengan demikian **H<sub>2</sub> ditolak**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa Ukuran perusahaan tidak mempengaruhi Manajemen laba, perusahaan besar kurang memiliki motivasi dalam melakukan praktik manajemen laba. Hal ini dikarenakan perusahaan besar merupakan perusahaan yang lebih diperhatikan oleh masyarakat, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam melaporkan informasi laba pada laporan keuangan, dan berdampak bagi perusahaan harus menampilkan laporan keuangan yang lebih akurat. Hal ini menunjukkan bahwa informasi yang terkandung dalam laporan keuangan lebih transparan, sehingga lebih sedikit untuk melakukan praktik manajemen laba dan perusahaan memiliki informasi laba yang berkualitas.

### **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Manajemen laba**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Pengungkapan *corporate social responsibility* ( $Y_1$ ) berpengaruh signifikan positif terhadap Manajemen laba ( $Y_2$ ) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,359) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,018 ( $<0,05$ ), dengan demikian **H<sub>3</sub> diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa jika Pengungkapan CSR semakin banyak dilakukan oleh perusahaan maka akan semakin meningkat nilai manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan pengungkapan tanggungjawab sosial sebagai alat untuk mengalihkan perhatian pemangku kepentingan dari tindakan oportunistik manajer yaitu manajemen laba. Kondisi ini dimungkinkan karena kesalahan pemahaman yang terjadi dimasyarakat dimana perusahaan yang aktif dalam tanggungjawab sosial adalah perusahaan yang memegang nilai-nilai etika dalam bisnisnya dan berperilaku etis dalam aspek keuangannya. Kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* akan menimbulkan biaya politik yang cenderung mendorong dan menimbulkan peluang bagi perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba, sehingga tindakan pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan hanya digunakan untuk menutupi tindakan manajemen laba.

### **Pengaruh Ukuran perusahaan terhadap Manajemen laba melalui Pengungkapan *Corporate social responsibility* (CSR)**

Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa Ukuran perusahaan (X) berpengaruh signifikan positif terhadap Manajemen laba ( $Y_2$ ) melalui Pengungkapan *corporate social responsibility* ( $Y_1$ ) dengan nilai *original sample* yaitu positif (0,173) dan nilai *P Value* yaitu sebesar 0,050 ( $<0,05$ ), dengan demikian **H<sub>4</sub> diterima**. Berdasarkan pengujian maka dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang besar yang mengungkapkan lebih banyak CSR semakin meningkat pula manajemen labanya. Perusahaan besar akan mengungkapkan CSR untuk memperoleh legitimasi dan

nilai positif dari masyarakat. Bagi pihak manajemen pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan menimbulkan biaya yang cukup besar sehingga menimbulkan peluang dalam melakukan praktik manajemen laba, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai alat untuk mengalihkan perhatian *stakeholder* dari tindakan oportunistik manajer yaitu manajemen laba.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, ( $H_1$  diterima).
2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap Manajemen laba, ( $H_2$  ditolak).
3. Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh signifikan positif terhadap Manajemen laba, ( $H_3$  diterima).
4. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap Manajemen laba melalui Pengungkapan *corporate social responsibility*, ( $H_4$  diterima).

### REFERENSI

- Bursa Efek Jakarta. Daftar Nama Perusahaan. Diakses pada 5 Agustus 2022, dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)
- Fahmi, I. (2013). *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2016). *Pengantar Manajemen Keuangan Teori dan Soal Jawab*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Universitas Diponegoro.
- Musthafa. (2017). *Manajemen Keuangan*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Riyanto, B. (2015). *Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*. Yogyakarta: BPFE.
- Hartono, B. (2013). *Sistem Informasi Manajemen Berbasis Komputer*. Jakarta: Renika Cipta.
- Hery. (2016). *Analisis Laporan Keuangan: Integrated And Comprehensive*. Jakarta: Grasindo.
- Scott, W,R. (2015). *Financial Accounting Theory*. Seventh Edition. Library And Archives Canada Cataloguing In Publication, Canada.
- Subaida, I dan Wahyuni, I. (2021). Pengaruh *Likuiditas, Leverage, Profitabilitas*, dan Risiko Bisnis Terhadap Keputusan Ekspansi Perusahaan Properti dan Real Estate yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis "Growth"*. Fakultas Ekonomi UNARS. Volume 19 (2) : 98-111
- Sulistiyanto, S. (2014). *Manajemen Laba Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo.
- Viviliana, M. (2016). "Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Manajemen laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (Studi empiris pada Perusahaan yang Terdaftar dalam LQ-45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014)". Diterbitkan. Skripsi. Jakarta. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Wati, L,N. (2019). *Model Corporate Social Responsibility (CSR)*. Ponorogo: Myria Publisher.
- Wardani, M,K,P,W. (2015). "Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Profitabilitas Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)". Diterbitkan. Skripsi. Yogyakarta. Universitas Sanata Dharma
- Wiryaningtyas, D,P. (2020). Pengaruh Likuiditas, Solvabilitas, dan Profitabilitas Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Periode 2014-2018. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis "Growth"*. Fakultas Ekonomi UNARS. Volume 18 (2) : 147-162