

## PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN, *LEVERAGE* DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MANAJEMEN LABA

Rahawarin Hilda Mulyono<sup>1</sup>, Sri Opti<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trilogi, Jakarta, Indonesia.  
rahawarinhilda09@gmail.com<sup>1\*</sup>, sriopti@trilogi.ac.id<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan, *leverage* dan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2019-2020. Sumber data dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari Bursa Efek Indonesia atau [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, sehingga diperoleh sebanyak 159 perusahaan dengan data akhir berjumlah 120 perusahaan. Manajemen laba diukur menggunakan *modified Jones model*. Ukuran perusahaan diukur menggunakan *LogNatural*(Total Aset). *Leverage* diukur menggunakan *Debt to Asset Ratio*. *CSR* diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index G4*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan program IBM SPSS Statistic Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur, hal ini berarti semakin meningkatnya ukuran perusahaan maka semakin meningkat pula praktik manajemen laba. *Leverage* dan *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur, hal ini berarti semakin meningkat atau menurunnya *leverage* dan *corporate social responsibility* maka tidak ada pengaruh terhadap praktik manajemen laba.

**Kata Kunci:** *Corporate social responsibility*; *Leverage*; Manajemen laba; Ukuran perusahaan.

### ABSTRACT

*This study was conducted to determine the effect of firm size, leverage and corporate social responsibility on earnings management. The population in this study are manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2019-2020. The source of data in this study is secondary data obtained from the Indonesia Stock Exchange or [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id). The sampling technique used purposive sampling technique, in order to obtain as many as 159 companies with the final data as many as 120 companies. Earnings management is measured using a modified Jones model. Company size is measured using LogNatural (Total Assets). Leverage is measured using the Debt to Asset Ratio. CSR is measured using the Corporate Social Responsibility Index G4. The data analysis technique in this study uses multiple linear regression analysis with the IBM SPSS Statistics Version 25 program. The results show that*

## *National Conference on Accounting and Fraud Auditing*

*company size has a significant effect on earnings management in manufacturing companies, this increases the size of the company, the more earnings management practices increase.*

*Leverage and corporate social responsibility have no significant effect on earnings management in manufacturing companies, this means that the increasing or decreasing leverage and corporate social responsibility means that there is no effect on earnings management practices.*

**Keywords:** *Corporate social responsibility; Earnings management; Firm size; Leverage.*

## PENDAHULUAN

Covid-19 (*Coronavirus disease 2019*) yang pertama kali terdeteksi di Wuhan, China pada bulan Desember 2019, menyebar secara masif ke seluruh dunia dan menjadi pandemi global hingga saat ini, tak terkecuali Indonesia sebagai satu negara yang terjangkit covid-19. Pemerintah Indonesia mengkonfirmasi kasus infeksi pertama covid-19 pada bulan Maret 2020. Berbagai sektor kehidupan nasional terdampak dengan munculnya virus ini. Salah satunya sektor manufaktur, kinerja industri manufaktur nasional mulai mengalami penurunan secara signifikan pada bulan Maret 2020, yang ditandai dengan melemahnya angka manufacturing PMI (*Purchasing Managers' Index*) pada sektor manufaktur dari level 51,9 pada bulan Februari 2020 menjadi 45,3 pada bulan Maret 2020 dan terjun bebas ke level terendah menjadi 27,5 pada bulan April 2020. Hal ini diperkuat oleh pernyataan resmi pemerintah melalui kementerian perindustrian pada bulan April 2020 yang menyebutkan bahwa beberapa sektor industri manufaktur mengalami penurunan kapasitas produksi hingga 50 persen.

*Purchasing Managers Index* atau PMI merupakan sebuah *leading indicator* bagi kegiatan perekonomian suatu negara yang dibuat melalui tahapan survey terhadap *purchasing manager* berbagai sektor bisnis yang ada. Apabila angka indeks diatas 50, maka dapat dikatakan bahwa sektor manufaktur sedang mengalami ekspansi atau pertumbuhan. Sedangkan angka indeks dibawah 50, maka dapat dikatakan bahwa sektor manufaktur sedang mengalami kontraksi atau perlambatan.

**Gambar 1 PMI Manufaktur Indonesia 2019-2020**



Sumber: Lokadata, 2021

Penurunan indeks PMI manufaktur salah satunya adalah tingkat permintaan konsumen yang melemah. Jika penurunan berlangsung terus menerus, maka dapat disimpulkan kalau perekonomian sektor manufaktur sedang mengalami perlambatan. Sebaliknya, kenaikan indeks PMI Manufaktur berarti para *purchasing manager* optimis akan prospek sektor manufaktur ke depan, sekaligus berarti perekonomian sedang pulih atau tumbuh. Penurunan PMI Manufaktur yang terjadi saat ini dapat mengindikasikan bahwa tingkat permintaan konsumen melemah sebagai akibat dari pemberlakuan kebijakan pembatasan

sosial berskala besar (PSBB). Faktor lainnya yang menyebabkan melemahnya sektor manufaktur yaitu kebijakan beberapa emiten untuk melakukan PHK terhadap sejumlah karyawan. Dampaknya banyak terjadi penutupan pabrik, penurunan output, serta anjloknya permintaan yang akhirnya membuat sektor manufaktur menjadi lesu.

Dengan demikian, beberapa perusahaan tetap mempertahankan perusahaannya agar terus berjalan dengan cara apapun. *Earnings management occurs when managers uses judgement in financial reporting and in structuring transactions to alter financial reports to either mislead some stakeholders about underlying economics performance of the company or to influence contactual outcomes that depend on the reported accounting numbers* (Manajemen laba muncul ketika manajer menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan untuk menyesatkan stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu) (Healy dan Wahlen 1999 dalam Sri Sulistyanto tahun 2018: 43).

Dalam prakteknya, perusahaan menginginkan laba yang besar sehingga para investor akan tertarik untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut. Manajemen laba berhubungan erat dengan tingkat perolehan laba atau kinerja usaha suatu organisasi karena tingkat keuntungan yang diperoleh sering dikaitkan dengan prestasi manajemen. Besar kecilnya bonus yang akan diterima oleh manajer tergantung dari besar kecilnya laba yang diperoleh. Oleh sebab itu, tidaklah mengherankan bila manajer sering berusaha menonjolkan prestasinya melalui tingkat keuntungan atau laba yang dicapai. Manajemen laba juga merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan.

Kasus manajemen laba terjadi pada PT. Toshiba tahun 2015, *Chief Executive officer* (CEO) PT. Toshiba, Hisao Tanaka dan para pejabat senior lainnya mengundurkan diri karena terlibat dalam skandal akuntansi terbesar di Jepang dalam beberapa tahun terakhir. Tim Penyelidik Independen menemukan bahwa Tanaka mengetahui bahwa perusahaan memanipulasi laporan keuntungannya dengan nilai mencapai US\$ 1,2 milyar selama beberapa tahun terakhir. Akuntan independen dan pengacara juga mengatakan laba operasional PT. Toshiba telah dibesar-besakan sebesar 151,8 Milyar Yen atau sekitar US\$ 1,22 Milyar. Tanaka dan Sasaki ditekan divisi bisnis untuk memenuhi target yang sulit, sehingga mereka melebih-lebihkan laba dan menunda laporan kerugian, ditengah budaya tidak akan melawan keinginan atasan. (Sumber: Liputan6.com, Tokyo).

Watts & Zimmerman (1990) dalam Dendi (2017) menyatakan bahwa perusahaan besar cenderung memilih metode akuntansi untuk mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki biaya politik yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang berpotensi melakukan praktik manajemen laba adalah perusahaan yang memiliki *Leverage (Debt to Assets Ratio)* yang tinggi. Hal ini dikarenakan dengan memiliki tingkat *DAR* yang tinggi atau lebih dari 50% maka perusahaan diduga akan mengalami *default*. Semakin besar utang perusahaan maka semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan sehingga kondisi tersebut mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba (Tampubolon 2005 dalam Dendi 2017).

Disamping itu, peneliti menambahkan variabel lain yaitu *corporate social responsibility*. Menurut UUPT 2007, pengertian *corporate social responsibility* dalam pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk

berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar. Perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility*-nya secara tidak langsung mendapatkan citra positif dari masyarakat, dimana citra positif tersebut secara tidak langsung menguntungkan manajemen atau perusahaan dalam mengelola laba. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh manajemen dan karena publik telah memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan.

Dari Penjelasan latar belakang diatas, karena melemahnya angka *Manufacturing PMI (Purchasing Managers Index)* yang sangat signifikan dan tidak stabil. Maka judul untuk penelitian ini **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage dan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di tahun 2019-2020”**. Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, *leverage*, *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di tahun 2019-2020.

## TINJAUAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

### Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) dalam Dendi (2017) mengemukakan bahwa teori agensi merupakan konsep yang menjelaskan hubungan kontraktual antara *principals* dan *agent*. Hubungan agensi terjadi ketika satu orang atau lebih (prinsipal) memperkejakan orang lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan. Prinsipal adalah investor atau pemegang saham sedangkan agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan. Dalam teori agensi, prinsipal dan agen memiliki kepentingannya masing-masing, maka akan menyebabkan ketidakpercayaan bahwa agen akan selalu bertindak untuk kepentingan prinsipal (Godfrey et al 2010 dalam Nico & Agustin 2020).

Agen yang mengelola perusahaan mempunyai banyak informasi internal perusahaan daripada prinsipal, karena itu teori ini dapat diasumsikan terdapat asimetri informasi. Kesempatan yang diberikan pada manajer dalam melakukan tindakan yang *opportunistic* merupakan asimetri yang terjadi antar manajemen (agen) serta pemilik (prinsipal) hal tersebut demi mendapatkan keuntungan pribadi. Agar dapat mengecoh owner (pemegang saham) tentang kinerja yang ada pada ekonomi perusahaan maka pada laporan keuangan tersebut, manajer melakukan manajemen laba (*earnings management*).

### Hipotesis Biaya Politik

Hipotesis biaya politik (*political cost hypothesis*) merupakan salah satu hipotesis dari teori akuntansi positif yang dikembangkan oleh Watts dan Zimmerman (1990). Watts dan Zimmerman (1990) dalam Nia dan Putu (2018) mengemukakan bahwa manajemen laba digunakan untuk keperluan mengurangi biaya politik. Semakin besar biaya politik yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar pula kecenderungan perusahaan menggunakan pilihan akuntansi yang dapat mengurangi laba, karena perusahaan yang memiliki tingkat laba yang tinggi dinilai akan mendapat perhatian yang luas dari kalangan



konsumen dan media yang nantinya juga akan menarik perhatian pemerintah dan regulator sehingga menyebabkan terjadinya biaya politis, diantaranya muncul intervensi pemerintah, pengenaan pajak yang lebih tinggi dan berbagai macam tuntutan lain yang dapat meningkatkan biaya politis.

Biaya politik ini disebabkan karena adanya regulasi dari pemerintah yang mewajibkan perusahaan mengungkapkan laporan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunannya. Biaya politik tersebut mendorong adanya peluang untuk melakukan praktik manajemen laba, sehingga *corporate social responsibility* digunakan untuk menutupi tindakan tersebut.

## Manajemen Laba

Manajemen laba adalah kesengajaan manajemen dalam menyusun laporan keuangan mengenai data akuntansi sehingga menyesatkan ketika pemakai laporan keuangan menggunakan semua informasi tersebut untuk membuat pertimbangan yang pada akhirnya bisa mengganti atau mengubah pendapat atau keputusannya (*National Association of certified fraud examiners* 1993 dalam Sri Sulistyanto 2018:42). Manajemen laba dilakukan dengan menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi-transaksi yang mengubah laporan keuangan. Hal tersebut bertujuan untuk menyesatkan para pengguna laporan keuangan tentang kondisi kinerja ekonomi perusahaan, serta untuk mempengaruhi penghasilan kontraktual yang mengendalikan angka akuntansi yang dilaporkan (Healy & Wahlen 1999 dalam Agung & Ketut 2017).

Keputusan tertentu misalnya seperti pemilihan metode harga pokok penjualan, kalau metode FIFO cenderung menggunakan harga-harga atau pembebanan cost yang lebih dulu sehingga cost yang dihasilkan cenderung menurun dan dapat meningkatkan laba. Sedangkan metode average pembebanan cost-nya menggunakan average, dimana harga lama dan harga baru dicampur sehingga akan menghasilkan cost yang lebih tinggi dari FIFO dan dapat menurunkan laba. Manajemen laba dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan dan menambah bias dalam laporan keuangan serta dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang percaya pada angka hasil rekayasa tersebut sebagai angka real atau tanpa rekayasa.

Adapun motivasi-motivasi yang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba (Sri Sulistyanto 2018:39): (1) *Bonus Plan Hypothesis*; (2) *Debt (equity) hypothesis*; (3) *Political cost hypothesis*. Pola manajemen laba menurut Sri Sulistyanto (2018:155), antara lain:

1. Peningkatan laba (*income increasing*)

Dalam mengusahakan pengaturan perusahaan agar dapat meningkatkan laba yang saat ini jalan lebih tinggi dari laba yang sebenarnya merupakan usaha dari peningkatan laba (*income increasing*) dengan melakukan permainan meninggikan pendapatan pada periode yang berjalan dibanding dengan pendapatan yang sebenarnya ataupun biaya yang sebenarnya lebih rendah daripada biaya yang sedang berjalan

2. Penurunan laba (*income decreasing*)

Dengan melakukan pengaturan rendahnya laba periode yang berjalan daripada laba yang sebenarnya merupakan salah satu upaya yang dilakukan perusahaan untuk menurunkan laba (*income decreasing*) yang ada. Hal tersebut dilakukan dengan

memainkan rendahnya pendapatan pada periode yang sedang berjalan daripada pendapatan yang sebenarnya atau biaya periode yang sedang berjalan lebih besar dari yang biaya sebenarnya.

### 3. Perataan laba (*income smoothing*)

Usaha yang dilakukan perusahaan dalam mengatur supaya laba menjadi relatif sama didalam beberapa periode yang ada disebut dengan perataan laba (*income smoothing*). Dengan menaikkan biaya pada periode berjalan ataupun menurunkannya dari pendapatan ataupun biaya yang sebenarnya merupakan usaha yang dapat dilakukan untuk memainkan pendapatan pada periode ini.

Indikator perhitungan manajemen laba menggunakan nilai dengan model jones dimodifikasi (*modified jones model*) yang dirumuskan oleh Jones sebagai berikut:

#### 1. Menghitung nilai total akrual dengan menggunakan pendekatan arus kas (*cash flow approach*).

$$TACit = NIit - CFOit$$

Keterangan:

TACit = Total akrual perusahaan i pada tahun ke t.

NIit = Laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun ke t.

CFOit = Arus kas operasi perusahaan i pada tahun ke t.

#### 2. Mencari nilai koefisien dari regresi total akrual :

$$TACit/TAit-1 = \beta_1 (1 / TAit-1) + \beta_2 ((\Delta REVit - TAit-1) / TAit-1) + \beta_3 (PPEit / TAit-1) + \epsilon it$$

Keterangan:

TACit = Total akrual perusahaan pada tahun t

TAit-1 = Total aset perusahaan pada akhir tahun t-1

$\Delta REVit$  = Perubahan total pendapatan pada tahun t

PPEit = *Property, Plant, and Equipment* perusahaan pada tahun t

$\epsilon it$  = *Error item*

#### 3. Menghitung *Nondiscretionary Accruals* (NDAC)

$$NDACit = \beta_1 (1 / TAit-1) + \beta_2 ((\Delta REVit - \Delta RECit) / TAit-1) + \beta_3 (PPEit / TAit-1) + \epsilon it$$

Keterangan:

NDACit = *Nondiscretionary accruals* perusahaan i pada tahun t

TAit-1 = Total aset perusahaan pada akhir tahun t-1

$\Delta REVit$  = Perubahan total pendapatan pada tahun t

$\Delta RECit$  = Perubahan total piutang bersih pada tahun t

PPEit = *Property, Plant, and Equipment* perusahaan pada tahun t

$\epsilon it$  = *Error item*

#### 4. Menghitung *discretionary accruals*

$$DAC = (TAC/TAit-1) - NDAC$$

Keterangan:

DAC = *Discretionary Accruals*

## Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu perbandingan dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan beberapa cara seperti total aset, log size, dan nilai pasar saham (Azlina 2010 dalam Dendi 2017). Watts & Zimmerman (1990) dalam Dendi (2017) menyatakan

## National Conference on Accounting and Fraud Auditing

bahwa perusahaan besar cenderung memilih metode akuntansi untuk mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki biaya politik yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Sehingga perusahaan besar memiliki risiko yang lebih kecil dibandingkan perusahaan kecil dan hal itu dimanfaatkan perusahaan besar untuk tidak melaporkan laba yang terlalu besar dengan cara memilih metode akuntansi yang mengurangi laba, sehingga perusahaan bisa menghemat biaya politik yaitu pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki biaya politik yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang kriteria ukuran perusahaan mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriterianya memiliki aset maksimal 50 juta dan penjualan tahunan maksimal 300 juta.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau buka cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriterianya memiliki aset >50 juta-500 juta dan penjualan tahunan >300 juta-2,5 M.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini. Kriterianya memiliki aset >500 juta-10 M dan penjualan tahunan >2,5 M-50 M,
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia. Kriterianya memiliki aset >10 M dan penjualan tahunan >50 M.

### **Corporate Social Responsibility**

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial lingkungan adalah suatu kegiatan dalam bentuk kepedulian sosial yang dilakukan perusahaan dengan melakukan pelayanan kepentingan publik eksternal dan juga kepentingan organisasi di dalam hal berkomitmen dalam pertanggungjawaban dampak operasi dalam ekonomi, sosial dan lingkungan (Mestuti 2012 dalam Gita & Abdul 2016). Menurut UUPT 2007, pengertian *Corporate Social Responsibility* dalam pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.



Pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

Peraturan pemerintah no.47 tahun 2012 tanggung jawab sosial dan lingkungan perseroan terbatas memiliki beberapa point aturan yang berkaitan erat dengan implementasi keuangan berkelanjutan di Indonesia. Beberapa point aturan tersebut terdiri atas pasal-pasal berikut ini:

1. Pasal 2 menyebutkan bahwa setiap perseroan selaku subjek hukum mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Pasal 3 ayat 1 menyebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud dalam pasal 2 menjadi kewajiban bagi perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya dibidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam berdasarkan undang-undang.

Perusahaan yang melakukan dan mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility*-nya secara tidak langsung mendapatkan citra positif dari masyarakat, dimana citra positif tersebut secara tidak langsung menguntungkan manajemen atau perusahaan dalam mengelola laba. Kondisi tersebut dimanfaatkan oleh manajemen dan karena publik telah memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan.

## Leverage

*Ratio leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan hutang. Perusahaan yang memiliki hutang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan tersebut, karena semakin tinggi nilai dari rasio *leverage* berarti semakin tinggi jumlah pendanaan dari hutang pihak ketiga yang digunakan perusahaan dan semakin tinggi pula beban bunga yang timbul dari hutang tersebut sehingga dapat diduga akan melakukan manajemen laba karena perusahaan terancam *default*, yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran hutang pada waktunya (Irham Fahmi 2012 dalam Kodriyah & Anisah 2017). Semakin besar utang perusahaan maka semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan sehingga kondisi tersebut mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba (Tampubolon 2005 dalam Dendi 2017).

Menurut Kasmir (2019:155) secara umum terdapat 5 (lima) jenis dari rasio leverage yang sering digunakan oleh perusahaan, diantaranya yaitu:

1. *Debt to Total Asset Ratio* merupakan rasio yang melihat perbandingan utang perusahaan dengan cara mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. *Debt to Total Asset Ratio* ini dapat diukur dengan rumus:

$$DAR = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Assets}}$$

2. *Debt to Equity Ratio* (DER) merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. *Debt to Equity* ini dapat diukur dengan rumus:

$$DER = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

3. *Long-term Debt to Equity Ratio* (LTDter) merupakan rasio utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya yaitu untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan. LTDter ini dapat diukur dengan rumus:

$$\text{LTDter} = \frac{\text{Long - Term Debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Time interest earned ratio* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tanpa membuat perusahaan malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunnya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga dalam jangka panjang, maka dapat menghilangkan kepercayaan dari para kreditor. Rasio ini dapat diukur dengan rumus:

$$\text{Time interest earned ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Interest Expense}}$$

5. *Fixed Charge Coverage Ratio* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran deviden saham preferen, bunga, angsuran pinjaman dan sewa. *Fixed Charge Coverage Ratio* ini dapat diukur dengan rumus:

$$\text{FCC} = \frac{\text{EBT} + \text{Beban Bunga} + \text{Kewajiban Sewa}}{\text{Beban Bunga} + \text{kewajiban Sewa}}$$

### Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

Menurut hasil penelitian Agung & Ketut (2017) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi, karena perusahaan besar dianggap sudah mencapai kedewasaan yang mencerminkan bahwa perusahaan tersebut relatif stabil dan mampu menghasilkan laba. Sehingga perusahaan besar memiliki risiko yang lebih kecil dibandingkan perusahaan kecil dan hal itu dimanfaatkan perusahaan besar untuk tidak melaporkan laba yang terlalu besar dengan cara memilih metode akuntansi yang mengurangi laba, sehingga perusahaan bisa menghemat biaya politik yaitu pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki biaya politik yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil.

Menurut penelitian Dewi & Desifa (2018), Dendi (2017) dan Gita & Abdul (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Semakin besar perusahaan maka semakin kecil praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Perusahaan yang lebih besar dianggap kurang termotivasi untuk melakukan manajemen laba, karena mereka dituntut untuk menyajikan laporan keuangan yang baik guna memenuhi ekspektasi pemegang saham. Hal ini dikarenakan pemegang saham dan pihak luar di perusahaan besar dianggap lebih kritis dan lebih ketat pengawasannya dibandingkan perusahaan kecil. Dengan demikian, dapat meminimalisir tindakan kecurangan mengenai informasi laba. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

**H<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba**

## Pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba

Menurut penelitian Dendi (2017) dan Kodriyah & Anisah Fitri (2017) *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi atau rendahnya *leverage* tidak akan mempengaruhi manajemen laba. Semakin tinggi hutang akan meningkatkan risiko *default* bagi perusahaan, tetapi manajemen laba tidak bisa dijadikan sebagai mekanisme untuk menghindari *default* tersebut, karena pemenuhan kewajiban hutang tidak dapat dihindarkan dengan manajemen laba. Pengawasan dalam perusahaan oleh pihak ketiga yang ketat dapat mengurangi peluang manajemen untuk melakukan manajemen laba.

Menurut penelitian Ayu & Elva (2017), Agung & Suryana (2017), dan Gita & Abdul (2016) *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dimana semakin tinggi tingkat *ratio leverage* maka semakin tinggi pula tingkat manajemen laba. Hal ini dikarenakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi, berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi aktivasinya. Perusahaan yang memiliki hutang yang tinggi akan memiliki *financial risk* yang tinggi pula. Sehingga manajemen akan membuat kebijakan peningkatan pendapatan, untuk memperbaiki posisi *bargaining*-nya saat negosiasi utang atau untuk mendapatkan dana dari kreditor atau investor. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H2 : *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.**

## Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba

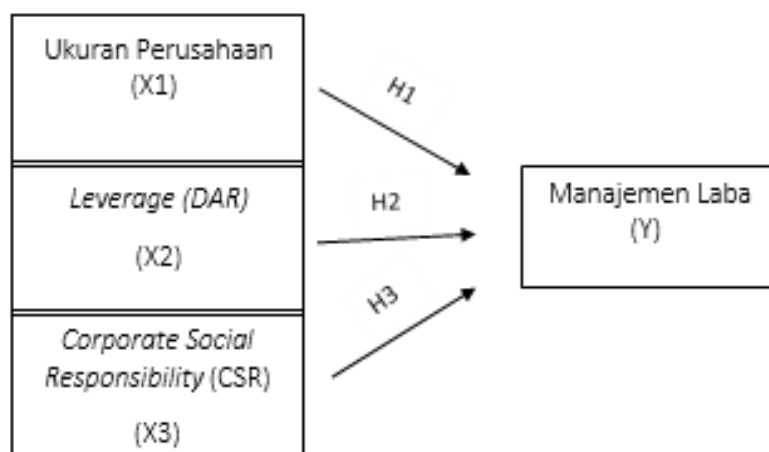
Menurut penelitian Dewi & Desifa (2018) *corporate social responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hasil ini sejalan dengan teori biaya politik, dimana biaya politik yang tinggi akan cenderung memberikan peluang untuk melakukan praktik manajemen laba. Dengan kata lain, Perusahaan dengan CSR yang tinggi mendapatkan legitimasi atau kepercayaan dari publik, legitimasi tersebut dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menutupi tindakan manajemen laba yang dilakukan. Menurut penelitian Nia & Putu (2018), Nico & Agustin (2019), Gita & Abdul (2016), dan Erni, Edi & Trisna (2017) *Corporate Social Responsibility (CSR)* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Menurut Nawang, Satiti & Aditya (2020) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Hipotesis biaya politik menyatakan bahwa biaya politik yang tinggi akan cenderung memberikan peluang untuk melakukan manajemen laba. Namun, perusahaan yang sudah mengungkapkan CSR tidak semata-mata untuk tujuan legitimasi saja, melainkan perusahaan tersebut sudah memiliki tanggung jawab sosialnya. Pada umumnya, tujuan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu untuk membentuk citra atau nama baik perusahaan. Untuk mewujudkan hal tersebut, manajer menjadi lebih berhati-hati dan menghindari praktik kecurangan ataupun manipulasi yang berlebihan seperti manajemen laba. Hubungan ini dapat didefinisikan sebagai berikut, ketika perusahaan semakin besar maka ekspektasi stakeholder terhadap perusahaan untuk berperilaku etis akan semakin besar, salah satunya adalah kegiatan dan pengungkapan CSR. Perilaku etis perusahaan bertentangan dengan tindakan manajemen laba dan oleh karenanya perusahaan

akan lebih bertanggung jawab dalam melakukan kebijakan akuntansi. Berdasarkan penjelasan tersebut maka dapat ditarik hipotesis sebagai berikut :

**H3 : Corporate social responsibility berpengaruh terhadap manajemen laba.**

### Kerangka Pemikiran



### METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020. Data diperoleh dari situs resmi bursa efek indonesia <http://www.idx.co.id>. Teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel dalam penelitian menggunakan *purpose sampling* yaitu pengambilan sampel dengan kriteria tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya.

Kriteria yang digunakan dalam pengambilan sampel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) dari tahun 2019-2020.
2. Perusahaan sektor manufaktur yang menerbitkan laporan keuangan selama 2019-2020.
3. Perusahaan menggunakan mata uang Rupiah (IDR) dalam laporan keuangannya.

## Operasional Variabel

Tabel 1 Operasional Variabel

| Variabel Penelitian             | Pengukuran   |
|---------------------------------|--|
| Manajemen Laba                  | Model Jones dimodifikasi ( <i>modified Jones model</i> )                                       |
| Ukuran Perusahaan               | LogNatural(Total Aset)   |
| Leverage                        | <i>Debt to Asset Ratio (DAR) =</i><br>Total Hutang/Total Aset                                  |
| Corporate Social Responsibility | <i>Corporate Social Responsibility Index</i> terbitan<br><i>Global Reporting Index (GRI 4)</i> |

## Teknik Analisis Data

### Analisis Deskriptif

Menurut Muchson (2017:6) analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran mengenai data sampel penelitian dengan melihat nilai minimum, nilai maximum, rata-rata (mean) dan standar deviasi dari dari semua variabel.

### Uji Asumsi Klasik

Agar dapat mengetahui keabsahan serta terhindar dari estimasi bias yang ada maka dilakukanlah pengujian ini ada dapat menguji kualitas data yang dimiliki. Uji asumsi klasik yang dilakukan ada 4, yaitu:

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menentukan data yang telah dikumpulkan berdistribusi normal atau diambil dari populasi normal. Atau menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. (Imam Ghozali, 2018)

Untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Uji K-S ini dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika Sig > 0,05 maka data berdistribusi normal
- Jika Sig < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Pendeteksian dalam uji multikolinearitas melalui nilai *tolerance* dan *variance inflation factors (VIF)* ditentukan berdasarkan ketentuan (ImamGhozali, 2018):

- Apabila nilai *tolerance* > 0,100 dan *VIF* < 10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi yang diujikan.
- Apabila nilai *tolerance* < 0,100 dan *VIF* > 10, maka dapat disimpulkan terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi yang diujikan.



### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi (Imam Ghozali, 2018). Dengan demikian, agar koefisien-koefisien regresi tidak menyesatkan, maka situasi heteroskedastisitas tersebut harus dihilangkan dari model regresi. Jika nilai koefisien korelasi antara variabel independen dengan nilai absolut dari residual signifikan, maka kesimpulannya terdapat heteroskedastisitas (varian dari residual tidak homogen). Dengan menggunakan software IBM SPSS Statistics 25, heteroskedastisitas juga bisa dilihat dengan melihat grafik scatterplot antara nilai prediksi variabel dependen yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka telah terjadi heteroskedastisitas. Sebaliknya, jika tidak ada pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Metode pengujian dilakukan menggunakan uji *run test*. Pengambilan keputusan pada *run test* adalah sebagai berikut: (Imam Ghozali, 2018)

- Jika Sig > 0,05 maka Ho diterima, artinya tidak terjadi autokorelasi atau bebas autokorelasi.
- Jika Sig < 0,05 maka Ho ditolak, artinya terjadi autokorelasi.

## Analisis Linier Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Keterangan

Y = Manajemen laba  $\alpha$  = konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$  = Koefisien regresi dari masing-masing variabel bebas  $X_1$  = Ukuran Perusahaan

$X_2$  = Leverage

$X_3$  = Corporate Social Responsibility (CSR)

e = error

## Uji Hipotesis

Analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah Uji T (Uji Signifikansi Parsial).

Uji t dalam model pengujian menunjukkan bahwa seberapa jauh pengaruh dari masing-masing variabel independen secara individu dalam mengungkapkan atau menerangkan variasi variabel dependen. Pada uji t, thitung akan dibandingkan dengan ttabel, dengan cara-cara sebagai berikut: (Imam Ghozali, 2018)

- Bila t hitung > t tabel Sig < 0,05, maka Ha diterima dan Ho ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Bila t hitung < t tabel Sig > 0,05, maka Ha ditolak dan Ho diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini menggunakan program SPSS versi 25. Berikut adalah tabel proses untuk pengambilan sampel penelitian dengan metode *purpose sampling* dengan menghilangkan sampel yang tidak diperlukan dalam kriteria penelitian, dari jumlah sampel 159 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020.

**Tabel 2 Hasil Kriteria Sampel Penelitian**

| No.   | Kriteria Sampel Penelitian  | Jumlah Perusahaan |
|---|---|-------------------|
| 1   | Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2019-2020.                 | 159               |
| 2   | Perusahaan yang tidak menerbitkan laporan keuangan tahun 2019-2020.                 | (11)              |
| 3   | Perusahaan yang tidak menggunakan mata uang Rupiah (IDR) dalam laporan keuangannya. | (28)              |
| <b>Total Perusahaan</b>                           |   | <b>120</b>        |
| <b>Total Perusahaan 2 Tahun (2019 &amp; 2020)</b> |   | <b>240</b>        |

Sumber : Bursa Efek Indonesia 2019-2020.

## Hasil Analisis Deskriptif

**Tabel 3 Hasil Analisis Deskriptif 240 data  
Descriptive Statistics**

|                                 | N   | Minimum | Maximum | Mean     | Std. Deviation |
|---------------------------------|-----|---------|---------|----------|----------------|
| Ukuran Perusahaan               | 240 | 25,310  | 33,490  | 28,38375 | 1,584755       |
| Leverage (DAR)                  | 240 | ,065    | 3,935   | ,49313   | ,397989        |
| Corporate Social Responsibility | 240 | ,051    | ,679    | ,33671   | ,095746        |
| Manajemen Laba                  | 240 | -,08400 | ,21741  | ,0004785 | ,02230642      |
| Valid N (listwise)              | 240 |         |         |          |                |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

Variabel ukuran perusahaan mempunyai rata-rata sebesar Ln 28,38 yang berarti perusahaan dalam periode penelitian rata-rata memiliki aset sebesar Rp. 2.114.839.417.474 dan termasuk perusahaan besar (UU No. 20 Tahun 2008). Variabel *leverage* mempunyai nilai rata-rata 49,31% yang berarti perusahaan dalam periode penelitian memiliki aset 49,31% yang didanai oleh hutangnya dan termasuk posisi yang bagus karena dibawah 0,5 atau 50%. Variabel *corporate social responsibility* mempunyai nilai rata-rata sebesar 33,67% yang berarti perusahaan dalam periode penelitian mengungkapkan 33,67% *corporate social responsibility*-nya sesuai dengan GRI G4. Variabel manajemen laba mempunyai nilai rata-rata sebesar 0,05%

yang berarti perusahaan dalam periode penelitian melakukan praktik manajemen laba dengan cara meningkatkan laba sebesar 0,05%.

## Hasil Uji Normalitas

**Tabel 4 Hasil Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test     |                |                         |
|--|----------------|-------------------------|
|  |                | Unstandardized Residual |
| N                                      |                | 240                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>       | Mean           | ,0000000                |
|  | Std. Deviation | 1,46274167              |
| Most Extreme Differences               | Absolute       | ,500                    |
|  | Positive       | ,443                    |
|  | Negative       | -,500                   |
| Test Statistic                         |                | ,500                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                 |                | ,000 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal.        |                |                         |
| b. Calculated from data.               |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction. |                |                         |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil olah data SPSS diketahui bahwa nilai *Asymp Sig* dari data variabel penelitian ini sebesar 0,000 yang berarti nilai  $Sig < 0,05$  dan dikatakan bahwa data tersebut tidak berdistribusi secara normal (Imam Ghazali, 2018). Dengan hasil demikian, peneliti menggunakan *outlier* data atau mengubahnya agar data dapat berdistribusi secara normal. Data yang digunakan adalah 178 data dari 240 data dengan menggunakan SPSS.

**Tabel 5 Hasil Uji Normalitas setelah outlier**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

|  |                | Unstandardized Residual |
|--|----------------|-------------------------|
| N  |                | 178                     |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>                         | Mean           | ,0000000                |
|  | Std. Deviation | ,00834461               |
| Most Extreme Differences                                 | Absolute       | ,062                    |
|  | Positive       | ,062                    |
|  | Negative       | -,048                   |
| Test Statistic   |                | ,062                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)                                   |                | ,088 <sup>c</sup>       |
| a. Test distribution is Normal. <input type="checkbox"/> |                |                         |
| b. Calculated from data.                                 |                |                         |
| c. Lilliefors Significance Correction.                   |                |                         |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil olah data SPSS diketahui bahwa nilai sig yang dihasilkan setelah dilakukannya *outlier* data adalah sebesar 0,088 yang berarti data tersebut telah normal dalam distribusinya dengan nilai  $Sig > 0,05$  (Imam Ghazali, 2018). Data yang berdistribusi normal

mengartikan bahwa data tersebut dapat digunakan dalam model regresi untuk pengujian selanjutnya.

### Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

|       |                                 | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|-------|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|       |                                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
| Model |                                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |                         |       |
| 1     | (Constant)                      | -.029                       | ,012       |                           | -2,355 | ,020 |                         |       |
|       | Ukuran Perusahaan               | ,001                        | ,000       | ,171                      | 2,290  | ,023 | ,995                    | 1,005 |
|       | DAR                             | ,003                        | ,003       | ,066                      | ,882   | ,379 | ,990                    | 1,010 |
|       | Corporate Social Responsibility | ,000                        | ,010       | -.002                     | -.031  | ,975 | ,991                    | 1,009 |

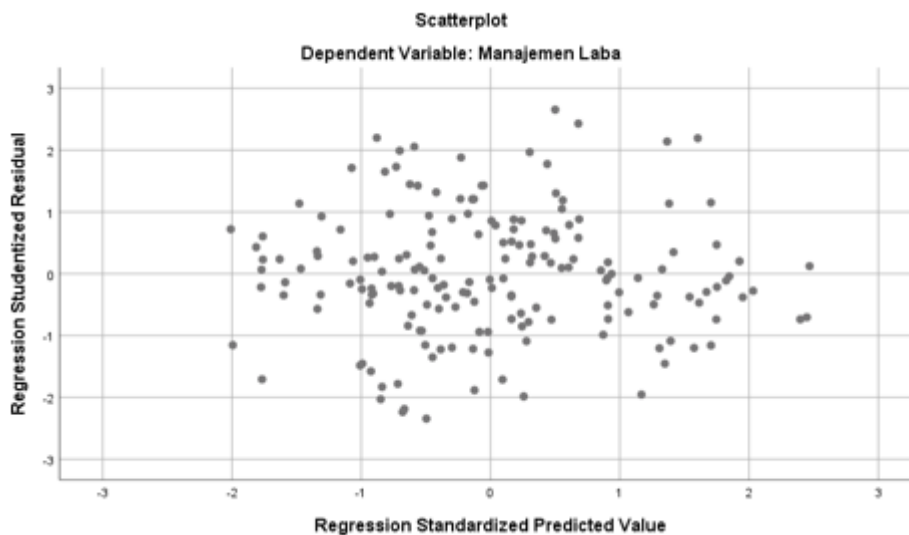
a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas karena nilai *tolerance* > 0,100 dan *VIF* < 10 (Imam Ghozali, 2018).

### Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

Berdasarkan gambar 4.1, grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik- titik residual menyebar secara acak diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak terdapat suatu pola yang jelas pada penyebaran data tersebut. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## Hasil Uji Autokorelasi

**Tabel 6 Hasil Uji Autokorelasi**

| Runs Test               |                         |
|-------------------------|-------------------------|
|                         | Unstandardized Residual |
| Test Value <sup>a</sup> | -,00061                 |
| Cases < Test Value      | 89                      |
| Cases >= Test Value     | 89                      |
| Total Cases             | 178                     |
| Number of Runs          | 96                      |
| Z                       | ,902                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)  | ,367                    |
| a. Median               |                         |

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

Berdasarkan hasil dari tabel diatas nilai runs test sebesar 0,367 lebih besar dari 0,05 (0,367 > 0,05) yang berarti hasil tersebut menunjukkan bahwa data penelitian tidak mengalami gejala autokorelasi.

## Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 7 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

| Model                           | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|                                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |                         |       |
| (Constant)                      | -,029                       | ,012       |                           | -2,355 | ,020 |                         |       |
| Ukuran Perusahaan               | ,001                        | ,000       | ,171                      | 2,290  | ,023 | ,995                    | 1,005 |
| DAR                             | ,003                        | ,003       | ,066                      | ,882   | ,379 | ,990                    | 1,010 |
| Corporate Social Responsibility | ,000                        | ,010       | -,002                     | -,031  | ,975 | ,991                    | 1,009 |

a. Dependent Variable: Manajemen Laba

Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

## Hasil Uji T (Uji Signifikansi Parsial)

**Tabel 8 Hasil Uji T (Uji Signifikansi Parsial)**

| Model                           | Coefficients <sup>a</sup>   |            |                           |        |      | Collinearity Statistics |       |
|---------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
|                                 | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t      | Sig. | Tolerance               | VIF   |
|                                 | B                           | Std. Error | Beta                      |        |      |                         |       |
| (Constant)                      | -,029                       | ,012       |                           | -2,355 | ,020 |                         |       |
| Ukuran Perusahaan               | ,001                        | ,000       | ,171                      | 2,290  | ,023 | ,995                    | 1,005 |
| DAR                             | ,003                        | ,003       | ,066                      | ,882   | ,379 | ,990                    | 1,010 |
| Corporate Social Responsibility | ,000                        | ,010       | -,002                     | -,031  | ,975 | ,991                    | 1,009 |

a. Dependent Variable: Manajemen Laba



Sumber : Hasil Olah Data SPSS Versi 25.

## Interprestasi Hasil

### Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Berdasarkan hasil uji t, dengan nilai thitung  $>$  ttabel ( $2,290 > |1,974|$ ) dan nilai signifikansi  $0,023 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba atau semakin besar tingkat ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat praktik manajemen laba.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Agung & Ratih (2017) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi, karena perusahaan besar dianggap sudah mencapai kedewasaan yang mencerminkan bahwa perusahaan tersebut relatif stabil dan mampu menghasilkan laba.

Sehingga perusahaan besar memiliki risiko yang lebih kecil dibandingkan perusahaan kecil dan hal itu dimanfaatkan perusahaan besar untuk tidak melaporkan laba yang terlalu besar dengan cara memilih metode akuntansi yang mengurangi laba, sehingga perusahaan bisa menghemat biaya politik yaitu pajak. Hal ini dikarenakan perusahaan besar memiliki biaya politik yang tinggi dibandingkan perusahaan kecil. Tetapi, hasil ini tidak sejalan dengan penelitian Dewi & Desifa (2018), Dendi (2017), Gita & Abdul (2016) dan Dea, Kurnia dan Yuniati (2018) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

### Pengaruh leverage (DAR) terhadap manajemen laba.

Berdasarkan hasil uji t, dengan nilai thitung  $<$  ttabel ( $0,882 < |1,974|$ ) dan nilai signifikansi  $0,379 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba yang berarti semakin tinggi atau rendahnya tingkat leverage, tidak ada pengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Dendi (2017) dan Kodriyah & Anisah Fitri (2017) yang mengatakan bahwa leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan semakin tinggi hutang akan meningkatkan risiko default bagi perusahaan, tetapi manajemen laba tidak bisa dijadikan sebagai mekanisme untuk menghindari default tersebut, karena pemenuhan kewajiban hutang tidak dapat dihindarkan dengan manajemen laba. Selain itu, pengawasan dalam perusahaan oleh pihak ketiga yang ketat dapat mengurangi peluang manajemen untuk melakukan manajemen laba.

Selain itu, di dalam agama islam juga disebutkan bahwa hutang sebagai kewajiban. Rasulullah shallallahu 'alaihi wassallam bersabda : "Siapa saja yang berhutang dan ia tidak bersungguh-sungguh untuk melunasinya, maka ia akan bertemu Allah sebagai seorang pencuri". Maksudnya, orang yang berhutang akan dibangkitkan dalam kelompok para pencuri dan akan diberikan balasan sebagaimana yang didapatkan para pencuri. Tetapi hasil ini tidak

sejalan dengan penelitian Ayu & Elva (2017), Agung & Suryana (2017), dan Gita & Abdul (2016) yang mengatakan bahwa leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

## **Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba.**

Berdasarkan hasil uji t, dengan nilai thitung  $<$  ttabel ( $-0,031 < |1,974|$ ) dan nilai signifikansi  $0,975 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba yang berarti semakin tinggi atau rendahnya tingkat *corporate social responsibility*, tidak ada pengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Nawang, Satiti & Aditya (2020) menyatakan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hipotesis biaya politik menyatakan bahwa biaya politik yang tinggi akan cenderung memberikan peluang untuk melakukan manajemen laba. Namun, perusahaan yang sudah mengungkapkan *corporate social responsibility* tidak semata-mata untuk tujuan legitimasi saja, melainkan perusahaan tersebut sudah memiliki tanggung jawab sosialnya.

Pada umumnya, tujuan perusahaan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu untuk membentuk citra atau nama baik perusahaan. Untuk mewujudkan hal tersebut, manajer menjadi lebih berhati-hati dan menghindari praktik kecurangan ataupun manipulasi yang berlebihan seperti manajemen laba. Hubungan ini dapat didefinisikan sebagai berikut, ketika perusahaan semakin besar maka ekspektasi stakeholder terhadap perusahaan untuk berperilaku etis akan semakin besar, salah satunya adalah kegiatan dan pengungkapan *corporate social responsibility*. Perilaku etis perusahaan bertentangan dengan tindakan manajemen laba dan oleh karenanya perusahaan akan lebih bertanggung jawab dalam melakukan kebijakan akuntansi. Selain itu, Menurut UUPT 2007 pasal 1 angka 3 menyebutkan tanggungjawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Pelaksanaan tanggung jawab sosial merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil analisis maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut : (1) Dengan nilai thitung  $>$  ttabel ( $2,290 > |1,974|$ ) dan nilai signifikansi  $0,023 < 0,05$ . Peneliti menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba atau semakin besar tingkat ukuran perusahaan maka semakin tinggi pula tingkat praktik manajemen laba; (2) Dengan nilai thitung  $<$  ttabel ( $0,882 < |1,974|$ ) dan nilai signifikansi  $0,379 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *leverage* (DAR) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba atau semakin tinggi atau rendahnya tingkat *leverage*, tidak ada pengaruh terhadap praktik manajemen laba; (3) Dengan nilai thitung  $<$  ttabel ( $-0,031 < |1,974|$ ) dan nilai signifikansi  $0,975 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak berpengaruh secara signifikan terhadap

manajemen laba atau semakin tinggi atau rendahnya tingkat *corporate social responsibility*, tidak ada pengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Keterbatasan penelitian ini yaitu hanya menggunakan perusahaan manufaktur sebagai obyek penelitian sehingga obyek penelitian belum mencakup keseluruhan jenis perusahaan yang ada, model regresi linier dalam penelitian ini menghasilkan nilai *adjusted R square* yang masih relatif rendah yaitu sebesar 0,35. Hal ini menunjukkan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi dependen hanya 35% sisanya 65% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, N., & Palupi, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Reporting terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2017). *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 22, No. 1. P-ISSN : 1410-9875. E-ISSN : 2656-9124, 106-112.
- Ardiani, N. N., & Sudana, I. P. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility pada Manajemen laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, Vol. 24.3.
- Astuti, A. Y., & Nuraina, E. (2017). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015). *The 9th FIPA : Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, Vol. 5 No.1, e-ISSN : 2337-9723.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *ANALISIS REGRESI DALAM PENELITIAN EKONOMI & BISNIS*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Beritagar.id. (2020, September). PMI Manufaktur Indonesia, 2019-2020. <https://lokadata.beritagar.id/chart/preview/pmi-manufaktur-indonesia-2019-2020-1601613211>.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25, Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, I. L. (2015, Juli 22). Skandal Terungkap, CEO Toshiba Mundur. <https://www.liputan6.com/saham/read/2277114/skandal-terungkap-ceo-toshiba-mundur>.
- (n.d.). [idx.co.id](http://idx.co.id).
- Kasmir. (2019). *Analisis Laporan Keuangan*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kodriyah, & Fitri, A. (2017). Pengaruh Free Cash Flow dan Leverage Terhadap manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di BEI tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi* Vol. 3, No. 2.
- Lestari, D. S., Kurnia, I., & Yuniati. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba. E-ISSN : 2621-5306. P-ISSN : 2541-5255, Vol.2, No.3.
- Muchson. (2017). *Statistik Deskriptif*. Indonesia: Guepedia.
- Paramita, N. E., Sujana, E., & Herawati, N. T. (2017). Pengaruh Financial Distress, Risiko Litigasi

dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2014-2016). *E-Journal Akuntansi S1 Universitas Pendidikan Ganesha Vol. 8, No. 2.*

*Peraturan Pemerintah No.47 Pasal 3(1).* (2012). Indonesia.

Purnama, D. (2017). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional dan Kepemilikan Manajerial terhadap Manajemen Laba (Pada Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2015). *JRKA Volume 3 Issue 1.*

Putri, G. V., & Rohman, A. (2016). Pengaruh pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba (Perusahaan tambang dan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014). *Diponegoro Journal of Accounting Volume 5, Nomor 2.*

Sulistiyanto, S. (2018). *MANAJEMEN LABA : Teori dan Model Empiris.* Jakarta: PT. Grasindo.

Suryana, I. K., & Astari, A. M. (2017). Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba. *ISSN : 2302-8556. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 20, 290-319.*

*Undang-Undang No.40 Tentang Perseroan Terbatas mengatur mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan.* (2007). Indonesia.

Wardani, D. K., & Santi, D. K. (2018). Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi, Vol. 6, No. 1.*