

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2020

# Defy Aryanti1), Dr. Hasim As'ari, SE. MM. 2)

1,2) Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana, Kota Yogyakarta

e-mail korespondensi: [defyaryanti@gmail.com1)](mailto:defyaryanti@gmail.com1), [hasim@mercubuana-yogya.ac.id2)](mailto:hasim@mercubuana-yogya.ac.id2)

***ABSTRACT***

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuntitatif. Pengumpulan data dilakukan dengan data sekunder berupa laporan tahunan pada perusahaan sub sektor Industri otomotif dan komponen yang tedaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 yang diperoleh dari web Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id/). Uji asumsi klasik membuktikan bahwa data terdistribusi normal, bebas hesterokedastisitas dan multikolonieritas serta tidak terjadi autokorelasi. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda. Hasil pengujian hipotesis yang telah digunakan dengan menggunakan rumus Analisis Regresi Linier Berganda menunjukkan bahwa (1) Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba (2) *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat meneliti lebih banyak sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan meneliti lebih dari faktor yang memepengaruhi terjadinya manajemen laba selain faktor ukuran perusahaan dan CSR. Faktor tersebut diantaranya *Good Corporate Governance*, *Profitabilitas, Leverage*, Kualitas Audit dan yang lainnya. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* merupakan faktor penting terhadap manajemen laba. Dijadikan tolok ukur dalam pengambilan keputusan yang tepat oleh investor baik dalam investasi, kredit maupun yang lain.

***Keywords:*** Ukuran Perusahaan, *Good Corporate Governance,* Manajemen Laba.

# Pendahuluan

Banyaknya persaingan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia membuat semakin banyak investor yang ingin menginvestasikan uangnya ke perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan selalu ingin menunjukkan citra yang baik untuk memenangkan persaingan pasar. Perusahaan melakukan manajemen laba yang ditujukan untuk menguntungkan dirinya sendiri, yaitu perusahaan yang bersangkutan. Semakin banyak laba yang dihasilkan merupakan kinerja

perusahaan, dan hal ini menjadi celah manajemen untuk mengambil keuntungan dari kurangnya informasi yang diterima oleh investor dengan melakukan manajemen laba (Erika, 2019).

Manajemen laba berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi yang dilakukan oleh manajer dalam pelaporan keuangan untuk menaikkan laba atau menurunkan laba agar sesuai dengan kepentingan manajer atau kepentingan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak (Kanakriyah *et al*., 2017). Metode akuntansi berbasis akrual dianggap lebih tepat dalam menyediakan informasi keuangan (Dalimunthe, 2016). Ada dua perspektif dalam memahami perilaku manajer atas praktik manajemen laba, yaitu *opportunistic behavior perspective* dan *efficient contracting perspective* (Ghazali *et al.,* 2015)*.* Penjelasan tersebut sejalan dengan penjelasan teori agensi sehubungan dengan perilaku manajer atas manajemen laba. Hubungan kerja antara pemilik perusahaan atau *principal* dengan manajer atau *agent* dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan (Panda & Leepsa, 2017).

Kasus manipulasi laba di Indonesia diantaranya, PT Kimia Farma yang pernah terlibat dalam masalah manajemen laba. PT Kimia Farma melakukan manipulasi laba dengan menaikkan jumlah barang persediaan, sehingga dalam pencatatan di laporan keuangan menghasilkan laba bersih yang overstated. Selain itu, PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA) melakukan manipulasi laporan 3 keuangan di tahun 2018. GIAA mencatat laba bersih Rp11,33 miliar dan meningkat tajam dibanding tahun 2017 yang menderita rugi Rp3,03 miliar. Hal tersebut disebabkan karena manajemen Garuda Indonesia mengakui pendapatan dari PT Mahata sebesar US$ 239.940.000, yang diantaranya sebesar US$ 28.000.000 merupakan bagian dari bagi hasil yang didapat dari PT Sriwijaya Air. Padahal uang itu masih dalam bentuk piutang, namun diakui perusahaan masuk dalam pendapatan (Sugianto, 2019). Serta kasus yang terjadi akibat manajemen laba diantaranya, kasus enron, worldcom, global crossing, HIH, Tyco, kasus PT. Citra Marga Nusapala Persada, Bank Duta, Xerox, PT. Gas Negara, PT. Merck (Erika 2019).

Dalam manajemen laba dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, diantaranya: GCG, ukuran perusahaan, reputasi auditor, struktur kepemilikan perusahaan, *financial leverage*, *Tax Planning, CSR*, dan masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi manajemen laba, salah satu yang dapat mempengaruhinya adalah ukuran perusahaan (Santi & Wardani, 2018). Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi kecil atau besarnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh pihak-pihak eksternal sehingga manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya (Santi & Wardani, 2018).

Semakin berkembangnya laporan, kebutuhan akan informasi juga mulai berkembang. Investor tidak hanya melihat informasi keuangan namun juga melihat informasi lain yang tidak terkait dengan keuangan, salah satunya adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR) (Alexander & Palupi, 2020). Tanggung jawab perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan bentuk komitmen perusahaan kepada *stakeholder-*nya dalam mempertanggungjawabkan dari dampak aktivitas perusahaan.

Penelitian terhadulu mengenai ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan contohnya penelitian yang dilakukan Putriana, Artati, & Utami (2018) mengemukakan bahwa hasil penelitian menunjukkan *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Namun, dalam penelitian Santi & Wardani (2018) mengemukakan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Menurut Winarto & Mulyadi (2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Di Indonesia sudah banyak perusahaan manufaktur yang bergabung di BEI, sehingga memudahkan penjual belian saham-saham dikalangan masyarakat. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang bergerak dalam sektor pengolahan bahan baku mentah dan kemudian menjadi sebuah barang jadi yang siap untuk digunakan ataupun dijual kepada konsumen (Yovita 2020). Sub sektor otomotif merupakan bagian dari sektor aneka industri, salah satu sektor industri yang perkembangannya cukup pesat pada era globalisasi ini mengingat semakin banyaknya varian otomotif yang beredar di Indonesia.

CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif tentunya terus dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat akan keberadaan perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan ikut serta pada pengembangan lingkungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan manufaktur sub sektor otomotif merupakan perusahaan yang besar dan sangat berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi dan mempunyai kemungkinan yang besar dalam melakukan manajemen laba. Persaingan perusahaan manufaktur sub sektor otomotif juga semakin meningkat, dengan demikian kemungkinan untuk melakukan aktivitas manajemen laba sangat besar. Maka dari itu peneliti memilih sampel perusahaan manufaktur sub sektor otomotig yang ada di BEI untuk melakukan penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ukuran perusahaan, dan *Corporate Social Responsibility* merupakan faktor penting terhadap manajemen laba. Dijadikan tolok ukur dalam pengambilan keputusan yang tepat oleh investor baik dalam investasi, kredit maupun yang lain.

# Tinjauan Literatur

*Teori Keagenan (Agency Theory)*

Jensen dan Meckling dalam Richard, Richard & Ekadjaja (2018) menjelaskan bahwa hubungan keagenan di dalam teori yang dikemukakan bahwa perusahaan adalah kumpulan kontrak *(nexus of contract)* antara pemilik sumber daya *(principal)* dan pihak yang mengurus sumber daya tersebut *(agent)*. Akibat dari teori keagenan yang diterapkan didalam perusahaan, para *agent* atau manajer perusahaan akan berusaha untuk memenuhi ekspektasi dari para *principal.*

*Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)*

Teori legitimasi menegaskan bahwa perusahaan terus berupaya untuk memastikan bahwa perusahaan beroperasi dalam bingkai dan norma yang ada dalam masyarakat atau lingkungan perusahaan, dimana mereka berusaha memastikan bahwa aktifitas perusahaan diterima oleh pihak luar sebagai suatu yang sah (Puji 2019).

*Teori Stakeholder*

Teori *stakeholde*r menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana, teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh *stakeholder* (Deegan *et al.*, 2000 dalam Rokhlinasari, 2015). Teori *stakeholders* menjelaskan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan merupakan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan para stakeholders.

Perusahaan akan secara sukarela melaksanakan *corporate social responsibility* karena pelaksanaan tersebut merupakan bagian dari peran perusahaan kepada stakeholders (Efriyanti dkk,2012). Pengungkapan CSR kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan *stakeholder* (Rokhlinasari, 2015)

*Teori Sinyal (Signal Theory)*

Teori sinyal adalah suatu tindakan yang diambil oleh manajemen perusahaan yang memberikan petunjuk bagi investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan (Brigham & Houston, 2011). Teori sinyal menjelaskan mengapa perusahaan mempunyai dorongan untuk memberikan informasi laporan keuangan pada pihak eksternal.

*Ukuran Perusahaan*

Menurut Brigham & Houston (2011) Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain.

*Corporate Social Responbility (CSR)*

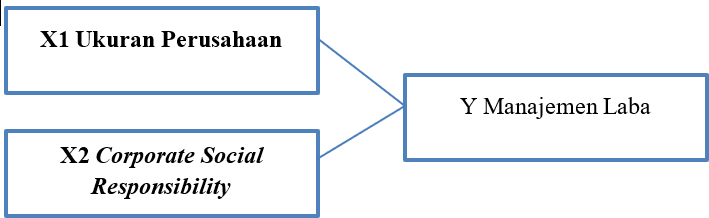
Definisi *Corporate Social Responsibility* (CSR) telah banyak ditemukan oleh banyak ahli dengan pendapat yang berbeda-beda. Definisi yang paling umum dan telah disepakati oleh lebih dari 90 negara di seluruh dunia adalah menurut (ISO 26000 dalam Prastowo & Huda, 2011) *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah organisasi dalam mengambil setiap keputusan dan melaksanakan aktivitasnya, harus mempunyai tanggungjawab kepada masyarakat dan lingkungannya yang diwujudkan dengan bentuk perilaku transparan dan etis yang sejalan dengan pembangunan berkelanjutan, termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat; mempertimbangkan harapan pemangku kepentingan (*Stakeholder*); sejalan dengan hukum yang ditetapkan dan norma-norma perilaku internasional; serta terintegrasi dengan organisasi secara menyeluruh.

*Manajemen Laba*

Manajemen Laba (*Earnings Management*) adalah kebijakan akuntansi (akrual) yang dipilih oleh manajer atau tindakan nyata, yang mempengaruhi laba sehingga mencapai beberapa spesifik dalam pelaporan tujuan laba (Scott, 2015). Menurut Sulistyanto (2018) manajemen laba merupakan upaya yang dilakukan oleh menajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabuhi stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.

*Rerangka Konseptual dan Hipotesis*

Berdasarkan teori yang telah dijelaskan diatas maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini antara lain yaitu: Ukuran Perusahaan (X1) dan *Corporate Social Responbility* (X2) sebagai variabel independen, sedangkan Manajemen Laba sebagai variabel dependen (Y). sehingga kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Konseptual Hipotesis penelitian ini, sebagai berikut:

**H1.** Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Laba.

**H2.** Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap *Corporate Social Responbility.*

# Metoda Penelitian

*Jenis Penelitian*

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik.

*Pengambilan Sampel dan Prosedur Penelitian*

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor industri kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012) metode *purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan pada perusahaan sub sektor Industri otomotif dan komponen yang tedaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 yang diperoleh dari web Bursa Efek Indonesia [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id/).

*Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel*

Variabel dalam penelitian dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu variabel dependen dan variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Manajemen laba dan variabel independent adalah ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility.*

Tabel 1. Definisi Operasional

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Definisi Operasional** | **Pengukuran** |
| Manajemen Laba (Y) | Manajemen Laba (*Earnings Management*) adalah kebijakan akuntansi (akrual) yang dipilih oleh manajer atau tindakan nyata, yang mempengaruhi laba | TAit= Nit – CFOit |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | sehingga mencapai beberapa spesifik dalam pelaporan tujuan laba (Scott, 2015). |  |
| Ukuran Perusahaan (X1) | Menurut Brigham & Houston (2011) Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. | Ukuran Perusahaan = LN(Total Aktiva) |
| *Corporate Social Responsibility* (X2) | Untuk mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diukur dengan menggunakan index pengungkapan CSR. Menurut Tidar (2019) pengukuran CSRDI (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) merupakan rasio antara total skor yang diberikan kepada sebuah perusahaan dengan skor yang diharapkan dapat  diperoleh oleh perusahaan tersebut. | CSRIy = ∑ 𝑿𝑲𝒚  n𝒚 |

*Analisis Data*

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda.

# Hasil Penelitian dan Pembahasan

*Hasil Penelitian*

Objek penelitian yang ditentukan oleh penelitian adalah perusahaan manufaktur sub sector industry otomotif yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020 dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel. Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah Manajemen laba dan variabel *independent* adalah ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility.*

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test | | |
|  |  | Unstandard ized  Residual |
| **N** |  | 32 |
| **Normal**  **Parametersa,b** | Mean | .0000000 |
| Std.  Deviation | .33292336 |
| **Most Extreme**  **Differences** | Absolute | .086 |
| Positive | .086 |
|  | Negative | -.060 |
| **Test Statistic** |  | .086 |
| **Asymp. Sig. (2-tailed)** |  | .200c,d |

|  |
| --- |
| **a. Test distribution is Normal.** |
| **b. Calculated from data.** |
| **c. Lilliefors Significance Correction.** |
| **d. This is a lower bound of the true significance.** |

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil uji normalitas data sebesar 0,200> 0,05 maka data terdistribusi normal, yang dilakukan dengan bantuan SPSS 23.

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Coefficientsa | | | | | | |
| **Model** |  | Unstandardized Coefficients | | Standar dized Coeffici  ents | t | Sig. |
|  |  | B | Std. Error | Beta |  |  |
| **1** | (Constant) | -.988 | .683 |  | - | .159 |
|  |  |  |  | 1.44 |  |
|  |  |  |  | 6 |  |
|  | UKURAN | .042 | .024 | .313 | 1.77 | .087 |
| PERUSAHAA |  |  |  | 3 |  |
| N |  |  |  |  |  |
|  | CSR | .226 | .657 | .061 | .344 | .733 |
| **a. Dependent Variable: ABS\_RES** | | |  |  |  |  |

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai sig pada variabel Ukuran perusahaan (X1) sebesar 0,087 > 0,05, nilai sig pada variabel CSR (X2) sebesar 0,733> 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heterokedastisitas.

**Tabel 4.** Uji Multikolinearitas

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Coefficientsa | | | | | | |
| **Model** | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Collinearity Statistics |  |
|  |  | B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| **1** | (Constant) | -.636 | 1.178 |  |  |  |
|  | UKURAN PERUSAHAAN | .017 | .041 | .076 | .986 | 1.014 |
|  | CSR | -.222 | 1.132 | -.037 | .986 | 1.014 |
| **a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA** | | | | |  |  |

Berdasarkan tabel diatas *coefficient* x, dapat diketahui bahwa nilai VIF variabel Ukuran Perusahaan (X1) adalah sebesar 1,014 < 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas, sedangkan variabel CSR (X2) sebesar 1,014 < 10 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

|  |  |
| --- | --- |
| **Runs Test** | |
|  | Unstandardiz ed Residual |
| Test Valuea | .00650 |
| Cases < Test Value | 16 |
| Cases >= Test Value | 16 |
| Total Cases | 32 |
| Number of Runs | 15 |
| Z | -.539 |
| Asymp. Sig. (2- tailed) | .590 |
| a. Median | |

Dari hasil uji autokorelasi dengan Uji Run Test metode cochrane-Orchutt dapat terlihat pada table diatas (2-tailed) adalah 0,590 lebih besar dari 0,05 yang berarti tidak ada gejala autokorelasi.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | Coefficientsa |  |  |  |
| **Model** | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|  |  | B | Std. Error | Beta |  |  |
| **1** | (Constant) | -.636 | 1.178 |  | -  .540 | .593 |
|  | UKURAN PERUSAHAAN | .017 | .041 | .076 | .409 | .685 |
|  | CSR | -.222 | 1.132 | -.037 | -  .196 | .846 |
| **a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA** | | | |  |  |  |

Berdasarkan persamaan regresi linear pada tabel 6 diatas diketahui bahwa:

# Y = α + β1 X1 + β2 X2 + e

**Y= -0,636 + 0,17X1 – 0,222X2 + e**

Berdasarkan persamaan regresi linear diatas menjelaskan bahwa pada penelitian ini variabel ukuran perusahaan dan CSR memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba. Dari persamaan regresi diatas dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Nilai konstanta adalah -0,636. Hasil ini dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan, CSR tidak mengalami perubahan atau sama dengan 0 maka manajemen laba akan turun sebesar -0,636.
2. Nilai koefisien regresi ukuran perusahaan terhadap manajemen laba sebesar 0,17. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel ukuran perusahaan naik satu-satuan maka manajemen laba akan naik sebesar 0,17.
3. Nilai koefisien regresi CSR terhadap manajemen laba sebesar -0,222. Hasil ini dapat diartikan variabel CSR naik satu-satuan maka manajemen laba akan turun sebesar - 0,222.

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  | Coefficientsa |  |  |  |
| **Model** | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|  |  | B | Std. Error | Beta |  |  |
| **1** | (Constant) | -.636 | 1.178 |  | -  .540 | .593 |
|  | UKURAN PERUSAHAAN | .017 | .041 | .076 | .409 | .685 |
|  | CSR | -.222 | 1.132 | -.037 | -  .196 | .846 |
| **a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA** | | | |  |  |  |

Uji t dikenal sebagai uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing- masing variabel bebasnya secara persial terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006). Kriteria pengujian uji t yaitu apabila nilai signifikansi t < 0,10 maka Ho ditolak dan Ha diterima dan apabila nilai signifikansi t ≥ 0,10 maka Ho diterima dan Ha ditolak.Uji t dapat ditunjukkan pada tabel 4.9 diatas. Dari tabel 4.9 diatas dapat diuji hipotesis sebagai berikut:

1. Hipotesis Pertama

Pada variabel Ukuran Perusahaan (X1) diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,685 > 0,10 dan nilai t hitung (0,409) < t tabel (2,004). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Manajemen Laba.

1. Hipotesis Kedua

Pada variabel CSR (X2) diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,846 > 0,10 dan nilai t hitung

-0,196 < t tabel (2,004). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Manajemen Laba.

*Pembahasan*

Pengujian pertama dalam penelitian ini menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Berdasarkan analisis regresi linear berganda disajikan dalam tabel diperoleh koefisien regresi ukuran perusahaan terhadap manajemen laba sebesar 0,017. Hasil ini dapat diartikan bahwa apabila variabel ukuran perusahaan naik satu- satuan maka manajemen laba akan menurun sebesar 0,017. Dalam hasil uji t sebesar 0,685 dan memiliki koefisien regresi 0,017. Dikarenakan nilai p-value lebih besar dari tingkat signifikasi 0,685>0,10 maka variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sehingga hipotesis ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba ditolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wardani (2018) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pajak Penghasilan, Good Corpoorate Governance, Dan Leverege Terhadap Manajemen Laba mengemukakan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Pengujian kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social*

*Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Berdasarkan analisis regresi lienar berganda yang di sajikan dalam tabel diperoleh bahwa koefisien regresi CSR terhadap manajemen laba sebesar 0,017. Hasil ini dapat diartikan variabel CSR naik satu-satuan maka manajemen laba akan naik 0,017. Dari hasi uji t diperoleh p- value hasil hitung uji t sebesar 0,846 dan memiliki koefisien regresi -0,222. Ini berarti tingkat signifikasi 0,846 > 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba sehingga hipotesis CSR terhadap manajemen laba tidak didukung.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tampubolon, 2019) dengan judul Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility, Return On Asset, Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. mengemukakan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

# Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Ukuran Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur sub-sektor otomotif yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017 s.d 2020. Adapun hasil dari penelitian tersebut adalah Variabel Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba dan pada Variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

# References

Alexander, N., & Palupi, A. (2020). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY REPORTING TERHADAP MANAJEMEN LABA. *Jurnal Bisnis*

*dan Akuntansi, 22(1)*, 105-112. https://doi.org/10.34208/jba.v22i1.628.

Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). Manajemen Keuangan. In *Edisi Bahasa Indonesian.*

Jakarta: Erlangga.

Dalimunthe, A. R. (2016). The Influence of Corporate Social Responsibility, Profit Persistence, and Capital Structure To Earnings Response Coefficient. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi, 11(1)*, 1-24. Retrieved from <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/wahana-> akuntansi/article/view/883.

Ghazali, W. A., Shafie, N. A., & Sanusi, Z. M. (2015). Earnings Management: An Analysis of Opportunistic Behaviour, Monitoring Mechanism and Financial Distress. *Procedia Economics and Finance, 28*, 190-201. https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01100-

4.

Kanakriyah, R., Shanikat, M. M., & Freihat, R. A. (2017). Exploitation of Earnings Management Concept to Influence the Quality of Accounting Information: Evidence from Jordan. *Research Jurnal of Finance and accounting, 8(2)*, 53-65.

Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency Theory: Review of Theory and Evidance on Problems and Perspectives. *Indian Journal of Corporates, 10(1)*, 74-95. https://doi.org/10.1177/0974686217701467.

Prastowo, J., & Huda, M. (2011). Corporate Sosial Responsibility : Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis. In *Edisi 1 Cetakan 1.* Yogyakarta: Samudra Biru.

Putriana, M., Artati, S., & Utami, V. J. (2018). PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN LEVERAGE DAN GROWTH SEBAGAI VARIABEL CONTROL PADA INDUSTRI FARMASI

YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA. *Jurnal Manajemen dan Sains, 3(2)*, [http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v3i2.60.](http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v3i2.60)

Richard, C., & Ekadjaja, A. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Earning Management Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara, 1(1)*.

Rokhlinasari, S. (2015). Teori-teori dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responbility Perbankan. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah, 7(1)*, 1-11. [http://dx.doi.org/10.24235/amwal.v7i1.217.g195.](http://dx.doi.org/10.24235/amwal.v7i1.217.g195)

Santi, D. K., & Wardani, D. K. (2018). PENGARUH TAX PLANNING, UKURAN PERUSAHAAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP MANAJEMEN LABAPENGARUH TAX PLANNING, UKURAN PERUSAHAAN, CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) TERHADAP MANAJEMEN

LABA. *Jurnal Akuntansi, 6(1)*, 536.

https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/akuntansi/article/view/536.

Scott, W. R. (2015). Financial Accounting Theory. . In *Seventh Edition.* Toronto: Pearson Prentice Hall.

Sugianto. (2019). Soal Laporan Keuangan Garuda, Ini Syarat Piutang Masuk ke Pendapatan. *Detik Finance*, https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/d-4524258/soal-laporan- keuangan-garuda-ini-syarat-piutang-masuk-ke-pendapatan.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta. Sulistyanto, S. (2018). MANAJEMEN LABA: TEORI DAN MODEL EMPIRIS. Jakarta: PT

Grasindo.

Tampubolon, E. S. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Return on Asset, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Aksara Public, 3(3)*, 133-142.

Tidar, M. E. (2019). Pengaruh Media Disclosure dan Kinerja Keuangan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Skripsi.*, Universitas Muhammadiyah Magelang.

Wardani, A. V. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pajak Penghasilan, Good Corporate Governance, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Skripsi*, Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Winarto, H., & Mulyadi. (2019). PENGARUH KOMITE AUDIT, UKURAN PERUSAHAAN, LEVERAGE, DAN PENYAJIAN OTHER COMPREHENSIVE INCOME

TERHADAP MANAJEMEN LABA (STUDI PADA PERUSAHAAN PROPERTI YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2012-2016). *Jurnal*

*Manajemen Bisnis Krisnadwipayana, 7(3)*.