

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

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

**Skripsi**

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan**

**Mencapai derajat Sarjana S1**

**Program Studi Akuntansi**



**Disusun oleh:**

**Gilang Sukma Mahardhika**

**Nim: 31401405516**

**UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
SEMARANG**

**2021**

HALAMAN PENGESAHAN

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

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

**Disusun oleh:**

**Gilang Sukma Mahardhika  
NIM : 31401405516**

Telah disetujui oleh pembimbing dan selanjutnya dapat diajukan dihadapan sidang panitia ujian usulan penelitian Skripsi

Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Semarang, 23 Agustus 2021

Pembimbing,



Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si.  
NIK. 211415029

**HALAMAN PERSETUJUAN**

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

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

Gilang Sukma Mahardhika  
NIM : 31401405516

Telah dipertahankan di depan penguji  
Pada tanggal 23 Agustus 2021

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing



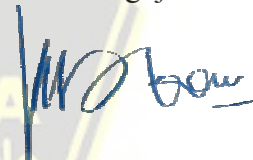
Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si.  
NIK. 211415029.

Penguji 1



Khoirul Fu'ad, S.E., M.Si., Akt., CA  
NIK. 211413023

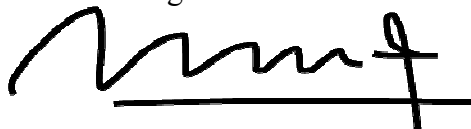
Penguji 2



Hendri Setiawan, S.E., M.PA  
NIK. 210406019

Skripsi ini diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Akuntansi Tanggal 23 Agustus 2021

Ketua Program Studi Akuntansi



Dr. Dra. Winarsih, S.E., M.Si.  
NIK. 211415029

## SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilang Sukma Mahardhika

NIM : 31401405516

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa penelitian skripsi berjudul **“PERAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PENGARUH UKURAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP TINDAKAN MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2017)”** adalah benar-benar hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil *plagiarism* dengan cara yang tidak sesuai etika keilmuan. Apabila dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika akademik dalam proposal penelitian ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 23 Agustus 2021

Yang membuat pernyataan,

Gilang Sukma Mahardhika  
NIM: 31401405516

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gilang Sukma Mahardhika

NIM : 31401405516

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Universitas Islam Sultan Agung Semarang

Dengan ini menyerahkan karya ilmiah berupa tugas akhir atau skripsi yang berjudul **“PERAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* PADA PENGARUH UKURAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP TINDAKAN MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2015-2017)”**, menyetujui bahwa skripsi ini menjadi hak milik Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung serta memberikan hak bebas royalti non eksklusif untuk disimpan, dialih mediakan, dikelola dalam pangkalan data, dan dipublikasikan di internet atau media lain untuk kepentingan akademis selama tetap mencantumkan nama penulis sebagai pemilik hak cipta.

Pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh. Apabila dikemudian hari terbukti ada pelanggaran hak cipta, plagiarisme dalam karya ilmiah ini, maka segala bentuk tuntutan hukum yang timbul akan saya tanggung secara pribadi tanpa melibatkan pihak Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung.

Semarang, 23 Agustus 2021  
Yang membuat pernyataan,

Gilang Sukma Mahardhika  
NIM: 31401405516

## MOTO DAN PERSEMBAHAN

Setiap kaki yang ku langkahkan untuk maju kedepan  
Setiap mata yang menatap lurus kedepan  
Setiap tangan yang bekerja untuk meraih masa depan  
Hidup itu harus lurus kedepan, sesekali ku pandang menoleh ke arah belakang  
Betapa berarti pelajaran masa lalu dibelakang sana  
Tak akan pernah ku biarkan pengorbananku sampai saat ini terbangun sia-sia  
Ku yakinkan niat ku untuk meraih masa depan  
Dengan Ridho-Nya aku telah melaksanakan kewajibanku  
mahakarya “skripsi” telah terselesaikan  
Syukur Alhamdulillah ku panjatkan kepada Engkau Tuhanku Allah SWT yang  
telah melimpahkan segala bentuk bingkisan kebahagiaan kepadaku.

### PERSEMBAHAN

Skripsi ini ku persembahkan untuk:

- ❖ Kedua orang tua yang aku cintai dan sayangi, Bapak Rukani dan Ibu Sri Ningsih yang telah membesarkan dan mendidik saya tanpa lelah, serta selalu menyertaiku disetiap do'a-do'anya.
- ❖ Untuk mertua dan istri saya yang membuat saya termotivasi untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Untuk anakku Haykal Azril Mahardhika, yang membuat penulis semakin bersemangat untuk segera lulus
- ❖ Tak lupa juga sahabat-sahabat ku yang selalu menemaniku, memberikan perhatian, semangat dan dukungan kepadaku.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan terhadap profitabilitas terhadap pengungkapan CSR; untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba; serta untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2015-2017. Total sampel yang digunakan adalah 141 sampel dengan metode purpose sampling. Alat analisis yang digunakan penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Sedangkan hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F uji t dan uji mediasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba; serta Pengungkapan CSR bukan variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

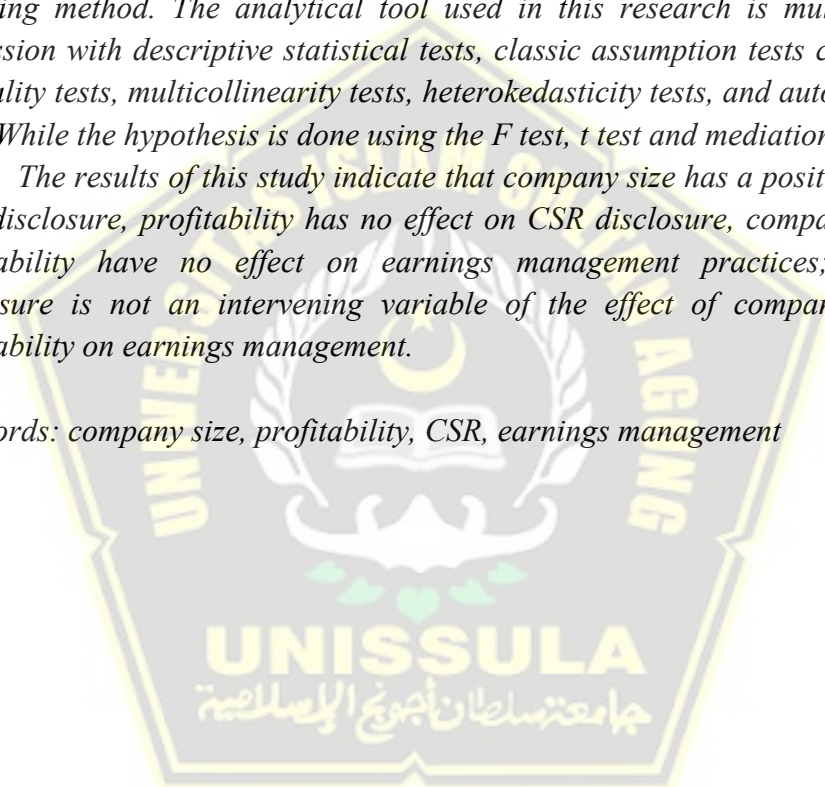
Kata kunci : ukuran perusahaan, profitabilitas, CSR, manajemen laba

## **ABSTRACT**

*The purpose of this study is to analyze and determine the effect of company size and on profitability on CSR disclosures; to analyze and determine the effect of company size and profitability on earnings management; and to analyze and determine the effect of company size and profitability on earnings management through CSR disclosure. The population used in this study is manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX) for the period 2015-2017. The total sample used was 141 samples with the purpose sampling method. The analytical tool used in this research is multiple linear regression with descriptive statistical tests, classic assumption tests consisting of normality tests, multicollinearity tests, heterokedasticity tests, and autocorrelation tests. While the hypothesis is done using the F test, t test and mediation test.*

*The results of this study indicate that company size has a positive effect on CSR disclosure, profitability has no effect on CSR disclosure, company size and profitability have no effect on earnings management practices; and CSR disclosure is not an intervening variable of the effect of company size and profitability on earnings management.*

*Keywords: company size, profitability, CSR, earnings management*





## INTISARI

Setiap perusahaan juga diwajibkan untuk menyajikan laporan keuangan sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh OJK khususnya Informasi laba. Banyak manajer menganggap praktik manajemen laba sebagai tindakan wajar, etis, sah untuk mendapatkan *return* perusahaan dan dianggap legal asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum. Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR. Perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas dan lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih berhati-hati dalam melakukan praktik manipulasi laba karena tidak konsisten dengan tujuan pembentukan profil perusahaan yang dapat menghapus pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR.

Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen). Pemilik perusahaan sebagai prinsipal mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Apakah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR? Apakah pengungkapan CSR berpengaruh pada manajemen laba? Apakah ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR?

Berdasar pada kajian pustaka yang mendalam, peneliti mengajukan 5 hipotesis berikut:  $H_1$  (Ukuran Perusahaan berpengaruh positif Terhadap Pengungkapan CSR),  $H_2$  (profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR),  $H_3$  (ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba),  $H_4$  (Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba),  $H_5$  (Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2015-2017. Total sampel yang digunakan adalah 141 sampel dengan metode *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan penelitian ini adalah regresi linier berganda dengan uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, dan uji autokorelasi. Sedangkan hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji F uji t dan uji mediasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, Ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba; serta Pengungkapan CSR bukan variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT, yang selalu memberikan rahmat, hidayah, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Peran Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Pada Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba”**. Skripsi merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Fakultas Ekonomi Program Studi Akuntansi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

Penulisan skripsi ini telah melibatkan banyak pihak yang senantiasa dengan sepenuh hati telah meluangkan waktu dan dengan penuh keikhlasan memberi informasi yang dibutuhkan. Adapun pihak-pihak yang telah ikut membantu dalam proses penulisan skripsi ini adalah:

1. Ibu Dr. Olivia Fachrunnisa, SE, M.Si selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
2. Ibu DR.WINARSIH, S.E., M.SI., AKT., CA selaku Ketua Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang dan selaku pembimbing yang senantiasa memberi motivasi, perhatian, bimbingan, dan arahan selama proses penulisan skripsi ini.
3. Bapak Ibu selaku orang tua yang sangat penulis sayangi yang tak hentinya memberikan doa
4. Istri saya, Indah Novitasari yang telah menemani hari hari yang penulis lalui, mendukung dan memberi semangat penulis.

Semarang, 23 Agustus 2021  
Penulis

Gilang Sukma Mahardhika  
NIM. 31401405516

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI .....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	vi
ABSTRAK .....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
INTISARI.....	ix
KATA PENGANTAR .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	8
1.3. Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4. Tujuan Penelitian.....	9
1.5. Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI .....	12
2.1 <i>Grand Theory</i> .....	12
2.1.1 Teori Keagenan.....	12
2.1.2 Teori kontrak sosial ( <i>Social Contract</i> ) .....	13
2.1.3 Teori legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ).....	14
2.1.4 Teori Kontingensi ( <i>Contingency Theory</i> ).....	14
2.2 Variabel Penelitian .....	16
2.2.1 Manajemen Laba .....	16
2.2.2 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	17

2.2.3 Ukuran Perusahaan .....	19
2.2.4 Profitabilitas.....	20
2.3 Penelitian Terdahulu .....	22
2.4 Kerangka pemikiran .....	24
2.5 Pengembangan Hipotesis .....	25
2.5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR..	26
2.5.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR .....	26
2.5.3 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen laba .....	27
2.5.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba.....	29
2.5.5 Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba.....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>32</b>
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Populasi dan Sampel .....	32
3.3. Definisi Operasional Variabel.....	33
3.3.1. Ukuran Perusahaan .....	33
3.3.2. Profitabilitas (X2) .....	34
3.3.3. <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i> .....	34
3.3.4. Manajemen Laba .....	35
3.4. Jenis dan Sumber Data .....	39
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Teknik Analisis .....	40
3.6.1. Statistik Deskriptif.....	40
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	40
3.6.3. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	41
3.6.4. Uji Kelayakan Model.....	42
1. Uji Signifikansi F .....	42
2. Uji Koefisien Determinasi .....	42
3.6.5. Uji Hipotesis .....	42
3.6.6. Uji Analisis Jalur ( <i>Path Analysis</i> ).....	44
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1. Hasil Penelitian .....	50

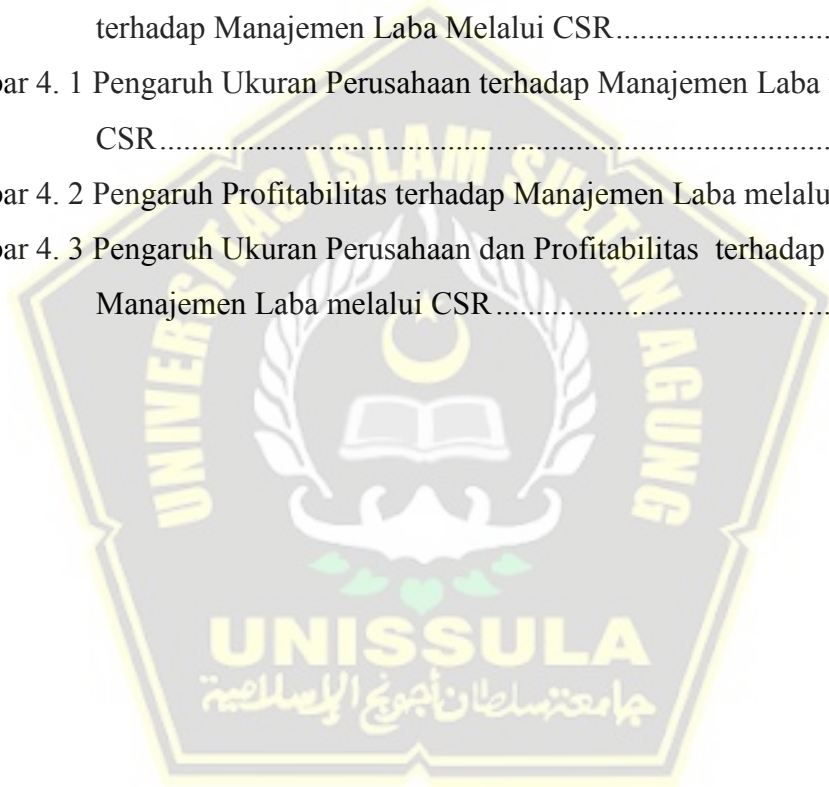
4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	50
4.1.2. Analisis Data.....	51
4.1.2.1. Statistik Deskriptif.....	51
4.1.2.2. Uji Asumsi Klasik .....	52
4.1.2.3. Hasil Uji Regresi Berganda .....	54
4.1.2.4. Hasil Uji Kelayakan Model.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2.5. Hasil Uji Hipotesis.....	57
4.1.2.6. Hasil Uji Mediasi.....	59
4.2. Pembahasan Hasil Penelitian .....	64
4.2.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR..	64
4.2.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR .....	65
4.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba .....	65
4.2.4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba.....	66
4.2.5. Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba.....	67
4.2.6. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui Pengungkapan CSR .....	68
4.2.7. Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap manajemen laba melalui Pengungkapan CSR .....	68
4.2.8. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui Pengungkapan CSR... ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA .....	70
LAMPIRAN.....	74

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel .....	38
Tabel 3. 2 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Ukuran Perusahaan ke Manajemen Laba .....	45
Tabel 3. 3 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Profitabilitas ke Manajemen Laba .....	47
Tabel 3. 4 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas ke Manajemen Laba.....	49
Tabel 4. 1 Tabel Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian .....	50
Tabel 4. 2 Hasil Pengujian Deskriptif Perusahaan Manufaktur .....	51
Tabel 4. 3 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> Sebelum <i>Outlier</i> dihilangkan .....	52
Tabel 4. 4 Hasil Uji <i>Kolmogorov Smirnov</i> Setelah <i>Outlier</i> dihilangkan.....	53
Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas.....	53
Tabel 4. 6 Hasil Uji <i>Glejser</i> .....	54
Tabel 4. 7 Hasil Uji <i>Run Test</i> .....	54
Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	55
Tabel 4. 9 Hasil Uji F .....	56
Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	57
Tabel 4. 11 Hasil Uji <i>t</i> .....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	25
Gambar 3. 1 Analisis Jalur Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Melalui CSR .....	45
Gambar 3. 2 Analisis Jalur Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Melalui CSR .....	47
Gambar 3. 3 Analisis Jalur Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Melalui CSR.....	48
Gambar 4. 1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui CSR.....	60
Gambar 4. 2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR....	61
Gambar 4. 3 Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR.....	63



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Indeks CSR berdasarkan GRI.....	74
Lampiran 2 Data Penelitian.....	80
Lampiran 3 Statistik Deskriptif.....	84
Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	85
Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	87





# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Setiap perusahaan juga diwajibkan untuk menyajikan laporan keuangan sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh Otorisasi jasa Keuangan Indonesia (OJK). Dalam penyusunan laporan keuangannya perusahaan banyak menggunakan dasar akrual karena dapat memberikan informasi yang lebih baik tentang kinerja ekonomi perusahaan dibandingkan informasi yang dihasilkan dari *cash flow* terkini (FASB,1980 dalam Siregar, 2017)/

Menurut *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No 1. Informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir *earnings power* perusahaan di masa yang akan datang. Laba yang dilaporkan berpengaruh kuat terhadap kegiatan perusahaan dan keputusan yang dibuat manajemen (Mulford dan Comiskey, 2012).

Laba merupakan cerminan kinerja perusahaan yang dapat dikelola secara efisien dan oportunis. Secara efisien artinya dikelola untuk meningkatkan keinformatifan informasi, dan secara oportunis artinya untuk meningkatkan laba sesuai dengan yang diinginkan dan menguntungkan pihak-pihak tertentu (Suryani,

2010 dalam Medyawati dan Dayanti, 2016).

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

Manajemen laba berada di daerah abu-abu antara aktivitas yang diijinkan oleh prinsip akuntansi atau merupakan sebuah kecurangan. Laporan keuangan dapat disebut sebagai cerminan perilaku etis dan tanggung jawab sosial pribadi orang yang membuat laporan keuangan (Sulistyanto, 2008 dalam Gayatri dan Prasetya, 2016). Banyak manajer menganggap praktik manajemen laba sebagai tindakan wajar dan etis serta merupakan alat sah bagi manajer dalam melaksanakan tanggung jawabnya untuk mendapatkan keuntungan atau return perusahaan dan manajemen laba dianggap sebagai perbuatan yang legal dan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum.

Para pihak yang kontra terhadap manajemen laba mengungkapkan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang kontroversial di dalam dunia akuntansi dan bisnis. Manajemen laba membawa pengaruh negatif dan cenderung menyesatkan bagi pengguna informasi dalam pelaporan keuangan. Manajemen laba merupakan campur tangan manajer dalam proses penyusunan laporan

keuangan yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan pribadi (Schipper, 1989:92). Manajemen laba dilakukan dengan memilih metode atau kebijakan akuntansi untuk menaikkan laba atau menurunkan laba. Manajemen akan menggeser laba periode yang akan datang ke periode sekarang untuk menaikkan laba dan menggeser laba periode masa sekarang ke periode berikutnya untuk menurunkan laba. Manajemen laba merupakan manipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya (Mulford dan Comiskey, 2010).

Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen). Asumsi dalam teori keagenan yaitu masing-masing individu termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Pemilik perusahaan sebagai prinsipal mengadakan kontrak untuk memaksimumkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan juga terjadi karena pemilik perusahaan tidak selalu dapat mengawasi aktivitas yang dilakukan manajer sehari-hari dan memastikan bahwa manajer bekerja sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai kinerja perusahaan, sedangkan manajer memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan secara keseluruhan. Perbedaan informasi

yang dimiliki dapat memberikan peluang bagi manajer untuk melakukan manajemen laba.

Ukuran perusahaan merupakan tingkat identifikasi besar atau kecilnya suatu perusahaan. Besar kecilnya ukuran perusahaan dapat didasarkan pada total nilai aktiva, total penjualan, kapitalisasi pasar, jumlah tenaga kerja dan sebagainya (Hilmi dan Ali, 2008). Semakin besar nilai aktiva mengindikasikan semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan mengindikasikan semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar mengindikasikan semakin dikenal masyarakat. Penelitian ini menggunakan total aset sebagai proksi ukuran perusahaan, karena total aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan ukuran lain dalam mengukur ukuran perusahaan (Sudarmadji dkk., 2007).

Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, salah satu yang dapat mempengaruhinya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi kecil atau besarnya perusahaan. Menurut Hilmi dan Ali (2008) ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan jumlah tenaga kerja, kapitalisasi pasar, total penjualan, total nilai aktiva, dan sebagainya. Semakin besar kapitalisasi pasar menandakan semakin perusahaan diketahui oleh masyarakat, semakin besar penjualan menandakan perputaran uang semakin banyak, dan semakin besar aktiva menandakan modal yang ditanam semakin banyak. Dalam penelitian ini total aset digunakan sebagai proksi ukuran perusahaan. Pemilihan total aset dikarenakan total aset relatif lebih stabil daripada ukuran lain untuk menilai ukuran perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007)

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* seperti: pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan terhadap para *stakeholder* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasi yang telah dilakukan perusahaan. CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996). Perusahaan menjadi bagian dari suatu komunitas dan lingkungannya sendiri. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan, akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitarnya, sehingga apa yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang.

Penelitian Jao dan Pagalung (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pemegang saham dan pihak luar. Namun, penelitian Rahmani dan Mir (2013) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Perusahaan besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan

manajemen laba, karena perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Sutikno et.al, 2014). Tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggungjawaban sosial yang lebih luas. Perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi daripada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat.

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

Pada penelitian sebelumnya ditemukan ketidak konsistenan hasil. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan et. al. (2014) memberikan bukti bahwa perusahaan dengan rating CSR tinggi cenderung melakukan manajemen laba. Satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis dimana kegiatan CSR dapat dijadikan tameng bagi manajemen untuk

memanipulasi pendapatan (manajemen laba). Diungkapkan pula bahwa kecenderungan peningkatan investasi dan pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan belum tentu disertai dengan laporan keuangan yang lebih berkualitas. (Suryani dan Herianti, 2015). Hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Prasetya dan Gayatri (2016) yang menguji hubungan antara CSR signifikan negatif terhadap manajemen laba. Hasil penelitiannya menyatakan bahwa pengungkapan CSR yang lebih banyak akan membatasi terjadinya praktik manajemen laba. Perusahaan yang memiliki komitmen yang kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku sehingga akan membatasi praktik manajemen laba yang secara etika tidak dapat diterima oleh sebagian besar orang.

Berdasarkan ketidakkonsistenan hasil tersebut memotivasi peneliti untuk meneliti ulang mengenai implikasi pengaruh ukuran perusahaan dan pelaksanaan CSR terhadap tindakan manajemen laba. Penelitian ini merupakan replika dari penelitian yang dilakukan oleh Gayatri dan Prasetya (2016). Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah menambahkan variabel profitabilitas sebagai variabel independen dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap tindakan manajemen laba. Penelitian menggunakan sampel pada perusahaan yang terdaftar pada BEI tahun 2015-2017.

## 1.2. Rumusan Masalah

Setiap perusahaan juga diwajibkan untuk menyajikan laporan keuangan sesuai dengan persyaratan yang telah ditentukan oleh OJK. Informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Laba merupakan cerminan kinerja perusahaan yang dapat dikelola secara efisien dan oportunistik. Tindakan oportunistik tersebut dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur, dinaikkan maupun diturunkan sesuai dengan keinginannya atau lebih dikenal dengan sebutan manajemen laba.

Banyak manajer menganggap praktik manajemen laba sebagai tindakan wajar, etis, sah untuk mendapatkan *return* perusahaan dan dianggap legal asalkan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip akuntansi yang berlaku umum. Manajemen laba dilakukan dengan memilih metode atau kebijakan akuntansi untuk menaikkan laba atau menurunkan laba.

Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen). Pemilik perusahaan sebagai prinsipal mengadakan kontrak untuk memaksimumkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi.

Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR. Perusahaan besar cenderung mengungkapkan



pertanggungjawaban sosial yang lebih luas dan lebih banyak dibandingkan perusahaan kecil. Oleh karena itu, perusahaan harus lebih berhati-hati dalam melakukan praktik manipulasi laba karena tidak konsisten dengan tujuan pembentukan profil perusahaan yang dapat menghapus pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR.

### **1.3. Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka yang menjadi pertanyaan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan pada pengungkapan CSR ?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh pada pengungkapan CSR ?
3. Apakah pengungkapan CSR berpengaruh pada manajemen laba ?
4. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR ?
5. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR ?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan penelitian diatas maka tujuan penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap pada pengungkapan CSR;

2. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan CSR;
3. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba
4. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba
5. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh CSR terhadap manajemen laba
6. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR
7. Untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh profitabilitas perusahaan terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian yang dilaksanakan ini diharapkan dapat memberi beberapa manfaat yang baik, diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengembangan akademisi dan pengetahuan tentang ilmu akuntansi pemerintah, ilmu akuntansi sektor publik yang berhubungan dengan tindakan manajemen pada perusahaan manufaktur serta dapat dijadikan referensi bagi pihak-pihak yang akan melakukan penelitian selanjutnya

b. Manfaat praktik

Bagi para pengguna informasi (pemegang saham, manajer, kreditur, karyawan) untuk memahami mekanisme corporate governance dalam memberikan suatu keputusan yang tepat dan bijaksana



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 *Grand Theory*

##### 2.1.1 Teori Keagenan

Teori keagenan, muncul akibat dari pemilik sebagai *principal* tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari untuk memastikan bahwa pihak manajemen selaku *agent* bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham (pemilik). Dengan laporan keuangan yang dilaporkan oleh agen sebagai pertanggungjawaban kinerjanya, *principal* dapat menilai, mengukur dan mengawasi kinerja agen untuk meningkatkan kesejahteraannya serta sebagai dasar pemberian kompensasi kepada agen. Akan tetapi penilaian kinerja manajer berdasarkan laporan keuangan dapat menimbulkan konflik keagenan dimana manajer akan melakukan kegiatan oportunistik, seperti *earning management*, untuk memaksimalkan kepentingan mereka sendiri.

Konsep manajemen laba menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*) yang menyatakan bahwa praktek *earning management* dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*), yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya” Salno dan Baridwan (2000), dalam Arief dan Ardiyanto (2014).

Teori ini juga bisa muncul akibat disebabkan karena pihak agensi memiliki informasi keuangan yang lebih baik dari pada pihak prinsipal (keunggulan

informasi), sedangkan dari pihak *principal* boleh jadi memanfaatkan kepentingan pribadi atau golongan nya sendiri karena memiliki keunggulan dan kekuasaan Terzaghi (2012), dalam Horison dan Nugrahanti (2014). Oleh karena itu perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan pada manajer melakukan manajemen laba, karena tindakan manajemen laba dapat menyesatkan *stakeholder*. Khususnya pada nilai pasar perusahaan dan posisi keuangan yang salah sehingga dapat menjadikan salahnya pengambilan keputusan bagi investor.

Inti dari *agency theory* (teori keagenan) adalah pemisahan pengelolaan pemegang saham dengan manajer dalam mengelola perusahaan. Pemegang saham sebagai *principal* berharap dengan menyerahkan pengelolaannya kepada tenaga-tenaga profesional (manajer), mereka akan mendapatkan *return* yang tinggi atas dana yang ditanamkan. Manajer yang berperan sebagai *agent* memiliki kewenangan dalam menjalankan manajemen perusahaan dengan mengelola perusahaan secara efektif dan efisien sehingga perolehan *return* yang tinggi dapat terwujud. Pemegang saham hanya bertugas mengawasi dan memonitor aktivitas manajer untuk memastikan bahwa manajer bertindak berdasarkan kepentingan perusahaan.

### **2.1.2 Teori kontrak sosial (*Social Contract*)**

Latar belakang munculnya kontrak sosial (*social contract*), yaitu akibat adanya *interrelasi* dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Kontrak sosial bertujuan untuk menciptakan keselarasan, dan keseimbangan termasuk dalam menjaga kelestarian lingkungan. Keselarasan hubungan antara perusahaan dan

masyarakat harus diciptakan karena perusahaan merupakan bagian dari lingkungan masyarakat

### **2.1.3 Teori legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

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

### **2.1.4 Teori Kontingensi (*Contingency Theory*)**

Menurut Sari dalam Azli dan Azizi (2009), teori kontingensi merupakan suatu teori yang cocok digunakan dalam hal yang mengkaji reka bentuk, perancangan, prestasi dan kelakuan organisasi serta kajian yang berkaitan dengan pengaturan strategik. Menurut Azli dan Azizi (2009), teori kontingensi menyatakan pemilihan sistem akuntansi oleh pihak manajemen adalah tergantung pada perbedaan desakan lingkungan perusahaan. Teori ini penting sebagai media untuk menerangkan perbedaan dalam struktur organisasi. Variabel yang sering dipakai dalam bidang ini adalah organisasi, lingkungan, teknologi, cara pembuatan keputusan, ukuran perusahaan, struktur, strategi, dan budaya organisasi.

Dalam konteks penelitian ini akan digunakan variabel kontingen untuk melihat pengaruhnya pelaksanaan CSR tindakan manajemen laba berbasis ukuran perusahaan. Terdapat dua pandangan tentang bentuk ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Pandangan pertama, ukuran perusahaan yang kecil dianggap

lebih banyak melakukan praktik manajemen laba daripada perusahaan besar. Hal ini dikarenakan perusahaan kecil cenderung ingin memperlihatkan kondisi perusahaan yang selalu berkinerja baik agar investor menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan sehingga berdampak perusahaan tersebut melaporkan kondisinya lebih akurat (Nasution dan Setiawan, 2007). Akan tetapi, pandangan kedua memandang ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba. Watts and Zimmerman (1990) dalam Jao dan Pagalung (2011) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan besar yang memiliki biaya politik tinggi lebih cenderung memilih metode akuntansi untuk mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan-perusahaan kecil.

Berdasarkan teori tersebut maka diperlukan tindakan pengungkapan CSR dalam rangka meminimalisir tindakan manajemen laba. CSR merupakan strategi yang digunakan oleh perusahaan sebagai akibat dari desakan lingkungan di sekitar perusahaan. Dalam UU No. 40, 2007, dinyatakan bahwa perusahaan yang aktifitasnya dalam sektor atau yang berhubungan dengan sumber daya alam harus menerapkan CSR. Tuntutan dari para stakeholder dan lingkungan telah memaksa perusahaan agar keberadaan perusahaan diapresiasi secara positif oleh *stakeholder* sehingga tercapai tingginya nilai perusahaan.

## 2.2 Variabel Penelitian

### 2.2.1 Manajemen Laba

Healy dan Wahlen (1999), dalam Horison dan Nugrahanti (2014), menyatakan bahwa manajemen laba timbul ketika manajer menggunakan *judgment* dalam pelaporan finansial dan dalam strukturisasi transaksi untuk mempengaruhi laporan keuangan yang dimaksudkan untuk menyesatkan para *stakeholder* baik tentang kinerja ekonomi perusahaan, atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang bergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan. Salah satu upaya mengurangi manajemen laba yaitu dengan melakukan koreksi terhadap standar akuntansi.

Informasi laba menjadi bagian dari laporan keuangan di anggap paling penting, karena informasi tersebut secara umum dipandang sebagai representasi kinerja manajemen pada periode tertentu. Manajemen laba dapat membuat laporan keuangan terlihat mempunyai kinerja bagus secara terus menerus. Sehingga pasar percaya akan kinerja dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dan nilai perusahaan pun akan meningkat melalui peningkatan harga saham perusahaan.

Ahmed dan Belkaoui (2000), dalam Handayani dan Rachadi (2009), menjabarkan pentingnya informasi laba bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Karena laba dijadikan pedoman dalam mengukur kinerja manajemen, dijadikan dasar bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan deviden dan dasar dalam memperhitungkan kewajiban perpajakan perusahaan. Selain itu, laba dipandang sebagai petunjuk dalam menentukan arah investasi dan pembuat keputusan



ekonomi dan diyakini sebagai sarana prediksi yang membantu dalam memprediksi laba dan kejadian ekonomi dimasa mendatang.

Watts dan Zimmerman (1986), dalam Horison dan Nugrahanti (2014), manajemen terdorong melakukan manajemen laba karena adanya:

1. *The bonus plan hypothesis*, manajer perusahaan yang memiliki program bonus yang terkait dengan angka-angka akuntansi cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang menggeser *reported earnings* dari *future period* ke *current period* (menaikkan laba yang dilaporkan sekarang), *ceteris paribus*.
2. *The debt covenant hypothesis*, perusahaan yang semakin mendekati pelanggaran *debt covenant* (perjanjian kontrak hutang) cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang menggeser *reported earnings* dari *future periods* ke *current period* (menaikkan laba yang dilaporkan sekarang), *ceteris paribus*.
3. *The political cost hypothesis*, semakin besar *political cost* yang dihadapi suatu perusahaan, maka manajer cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang menanggukkan *reported earnings* dari *current* ke *future period* (menurunkan laba yang dilaporkan sekarang), *ceteris paribus*.

### **2.2.2 Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan serangkaian kegiatan yang bertujuan untuk mengembangkan hubungan dengan para pemangku kepentingan perusahaan dan aktivis lingkungan. Sebagai cara untuk mempertahankan posisi manajer dan untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder* kembali, Awalnya perusahaan melakukan CSR secara sukarela, tetapi

pada tahun 2007, Indonesia mewajibkan perusahaan-perusahaan yang berkaitan dengan unsur sumber daya alam untuk melaksanakan tanggung jawab tersebut.

Hal ini diatur melalui UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dalam pasal 66 ayat (2) bagian c, perusahaan diwajibkan melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan, selain melaporkan laporan keuangan. Dalam pasal 74 ayat (1) menyebutkan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggungjawab sosial dan lingkungan. Oleh karena itu praktek CSR perlu diungkapkan dalam laporan tahunan sebagai Laporan Pertanggung jawaban Sosial dan Lingkungan.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* diukur dengan menggunakan standar GRI (*Global Reporting Initiatives*), dan Untuk mengukur Pengungkapan *corporate social responsibility* diukur dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah semua item yang mungkin diungkapkan perusahaan (79 item pengungkapan).

Semakin banyak pengungkapan CSR maka perusahaan pasti akan semakin mendapat citra positif di masyarakat seperti yang di sebutkan Prior *et al* (2007), dalam Horison dan Nugrahanti, (2014), Melalui kegiatan CSR, manajer mengejar tujuan yang berbeda untuk mendapatkan kepercayaan dan dukungan dari lingkungan masyarakat agar perusahaan dapat berjalan dengan tenang, dan berkurangnya pengawasan dari investor dan karyawan. Aktivitas tersebut juga dapat mengurangi kemungkinan produk perusahaan diboikot. Dalam usaha memperoleh legitimasi dari masyarakat, perusahaan melakukan kegiatan sosial

dan lingkungan yang memiliki implikasi akuntansi pada pelaporan dan pengungkapan dalam laporan tahunan perusahaan melalui laporan CSR yang di publikasikan.

Hackston dan Milne (1996) dalam (Horison dan Nugrahanti, 2014) mendefinisikan *Corporate social responsibility* (CSR) sebagai penyediaan informasi keuangan dan non-keuangan yang berhubungan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan sosial, sebagaimana dinyatakan dalam laporan tahunan atau laporan sosial terpisah.

Global Reporting Initiative (GRI) merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah memelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan kerangka laporan keberlanjutan dan berkomitmen untuk terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan di seluruh dunia. Tiga fokus pengungkapan GRI, antara lain:

1. Indikator kinerja ekonomi (*economic performance indicator*)
2. Indikator kinerja lingkungan (*environment performance indicator*)
3. Indikator kinerja sosial (*social performance indicator*), terdiri dari: tenaga kerja (*labor practices and decent work*), HAM, sosial (*society*), tanggung jawab produk (*product responsibility performance*).

### **2.2.3 Ukuran Perusahaan**

Brigham dan Houston (2001), dalam Bestivano (2013) Ukuran perusahaan adalah skala besar kecilnya perusahaan yang dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total ekuitas. Ukuran perusahaan dinyatakan dengan total aset, jika semakin besar total aset

perusahaan maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut relatif lebih stabil dan mampu menghasilkan laba yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang memiliki total aset sedikit atau rendah.

Perusahaan yang relatif besar kinerjanya akan dilihat oleh publik, dan akan memiliki peran yang lebih besar sebagai pemegang kepentingan, hal ini akan membuat kebijakan yang di keluarkan oleh perusahaan besar akan memberikan dampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibanding perusahaan kecil. Sehingga perusahaan besar akan melaporkan kondisi keuangannya dengan lebih berhati-hati, lebih menunjukkan keinformatifan informasi yang terkandung di dalamnya dan lebih transparan sehingga perusahaan akan lebih sedikit dalam melakukan manajemen laba.

Tetapi berdasarkan *size hypothesis* yang di paparkan oleh Watt dan Zimmerman (1986), dalam Handayani dan Rachadi (2009), berasumsi bahwa perusahaan besar secara politis, lebih besar melakukan *transfer political cost* dalam kerangka *politic proses*, dibandingkan dengan perusahaan kecil. Beberapa peneliti berhasil membukikan bahwa *politic proses* memiliki dampak pada pemilihan prosedur akuntansi oleh perusahaan yang berukuran besar.

#### **2.2.4 Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan oleh para investor dalam melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan guna pengambilan keputusan investasi yang akan dilakukan. Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar perolehan laba yang dihasilkan oleh perusahaan,

semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik pula kinerja manajemen dalam perusahaan tersebut. Menurut Sartono (2010:122) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri.

Irawati (2006:58) menyatakan bahwa rasio keuntungan atau *profitability ratios* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama periode tertentu (biasanya semesteran, triwulanan dan lain-lain) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas merupakan salah satu alat ukur yang digunakan untuk menilai atau mengukur tingkat efektifitas kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dilihat dari tingkat keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan dan investasi.

Riyanto (2001:331) mengklasifikasikan angka-angka rasio profitabilitas sebagai berikut:

1. Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan menggunakan rasio margin laba kotor dan margin laba bersih.
2. Profitabilitas dalam hubungannya dengan investasi, menggunakan dua pengukuran yaitu ROI (*Return On Investment*) dan ROA (*Return On Asset*) dimana ROA digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimilikinya.

Penelitian ini menggunakan ROA sebagai pengukuran untuk rasio profitabilitas dengan menggunakan rumus:

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

### 2.3 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti dan tahun	Variabel	Hasil
1.	Prasetya dan Gayatri (2016)	ukuran perusahaan, pengungkapan corporate social responsibility, manajemen laba	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ukuran perusahaan dan pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh negatif pada manajemen laba.</li> <li>2. Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan corporate social responsibility.</li> <li>3. Pengungkapan corporate social responsibility mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba</li> </ol>
2.	Sulthony (2019)	Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, Leverage, Likuiditas, Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>,</li> <li>2. Ukuran perusahaan, leverage, dan likuiditas berpengaruh terhadap pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></li> </ol>
3.	Gunawan (2015)	Ukuran, Profitabilitas, Leverage, Manajemen Laba	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.</li> <li>2. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba</li> </ol>
4.	Siregar (2017)	Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Dewan Direksi, Dewan Komisaris Independen, Komite Audit, <i>Earning Management</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, dan dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap <i>earning management</i>.</li> <li>2. Kepemilikan manajerial, ukuran dewan direksi dan komite audit berpengaruh terhadap <i>Earning management</i></li> </ol>
5.	Jao dan Panggalung (2011)	<i>Corporate Governance</i> ,	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelaksanaan <i>corporate governance</i> melalui kepemilikan manajerial,</li> </ol>

		Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> Manajemen Laba	<p>komposisi dewan komisaris independen, dan jumlah pertemuan komite audit mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>2. kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>3. Ukuran perusahaan mempunyai hubungan negatif signifikan terhadap manajemen laba.</p> <p>4. <i>Leverage</i> tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.</p>
6.	Medyawati dan Dayanti (2016)	Ukuran Perusahaan Manajemen Laba	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba
7.	Suryani dan Heriyani (2015)	Pengungkapan CSR, koefisien respons Laba, Manajemn Laba	<p>1. Pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap koefisien respons laba perusahaan.</p> <p>2. Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba perusahaan</p> <p>3. Manajemen Laba yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap Koefisien Respon Laba perusahaan.</p>
8.	Dewi dan Sujana (2014)	<i>perataan laba, ukuran perusahaan, profitabilitas dan jenis industri</i>	<p>3. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh pada praktik perataan laba,</p> <p>4. jenis industri tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan dan profitabilitas pada praktik perataan laba.</p>
9.	Sutikno et al (2014)	ukuran perusahaan, corporate governance, manajemen laba	<p>1. ukuran perusahaan dan kepemilikan institusional berpengaruh positif terhadap manajemen laba</p> <p>2. kepemilikan manajerial, komite audit dan komisaris independen berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.</p>
10.	Janra (2015)	Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial, Kepemilikan Manajerial, <i>Leverage</i> , Profitabilitas, Ukuran Perusahaan	<p>1. kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan,</p> <p>2. <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan,</p> <p>3. profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan,</p> <p>4. ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial perusahaan</p>

11.	Fanani (2014)	Karakteristik perusahaan, Good Corporate Governance Profitabilitas	1. Ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh pada praktik perataan laba, 2. jenis industri tidak dapat memoderasi ukuran perusahaan dan profitabilitas pada praktik perataan laba.
-----	---------------	--	--

## 2.4 Kerangka pemikiran

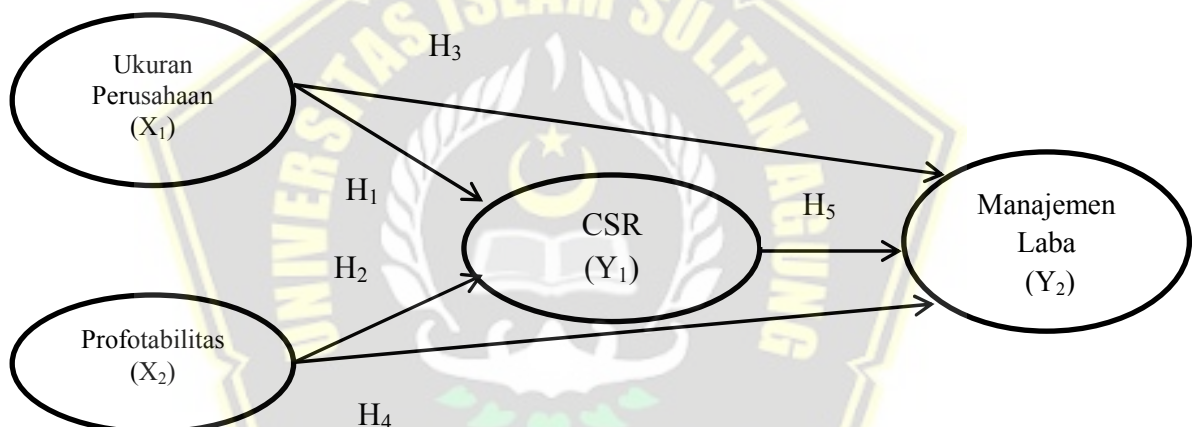
Manajemen laba merupakan kebijakan akuntansi dalam memanipulasi laporan keuangan perusahaan terutama pada laporan laba, untuk mendapatkan tanggapan positif terhadap kinerja mereka dan tanggapan positif pasar atas informasi yang di sajikan, tetapi manajemen laba berdampak negatif bagi para pemegang kepentingan. Jika perusahaan melakukan manajemen laba perusahaan akan kehilangan *legitimasi* dan dukungan dari para investor dan *stakeholder*. Maka untuk mengembalikan dukungan dari para investor dan *stakeholder* maka perusahaan melakukan aktifitas tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR).

*Corporate social responsibility* (CSR) merupakan tanggung jawab sosial untuk membentuk citra positif di masyarakat agar perusahaan mendapat dukungan dari lingkungan dan agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang (Apriwadi 2014). CSR merupakan tanggung jawab sosial kepada infestor dan para stakeholder, CSR ini tentunya menjadi strategi bisnis untuk meningkatkan labanya, dengan adanya pengungkapan CSR dilaporan tahunan perusahaan akan membatasi manajemen labanya supaya memberikan laporan keuangan yang lebih transparan, dapat dipercaya dan dapat mengurangi *agency problem*.

Ukuran perusahaan merupakan gambaran kecil atau besar perusahaan.



Perusahaan besar biasanya memiliki dorongan lebih besar untuk melakukan manipulasi laba dibanding perusahaan kecil, karena perusahaan besar mendapat tekanan dari *stakeholder* agar kinerja sesuai dengan harapan investor. Ukuran perusahaan dianggap sangat sensitif dalam pelaporan laba bagi investor, maka perusahaan besar akan meminimalisirkan manajemen labanya karena perusahaan besar menjadi subyek pemeriksaan atau pengawasan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat. Sehingga disimpulkan bahwa *Corporate social responsibility* (CSR) dan Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Jadi didapatkan kerangka pemikiran sebagai berikut:



**Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis**

## 2.5 Pengembangan Hipotesis

Perumusan hipotesis dalam penelitian ini disusun berdasarkan teori yang digunakan dan penelitian-penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya.

Pembahasan terperinci terkait rumusan hipotesis disajikan sebagai berikut :

### **2.5.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan rata-rata total aktiva. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, luas pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Hadi (2011) tanggung jawab sosial perusahaan yaitu perusahaan yang mampu menghasilkan produk yang berorientasi positif dan ramah lingkungan.

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

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

H<sub>1</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif Terhadap Pengungkapan CSR

### **2.5.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR**

ROA merupakan salah satu rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan jumlah

aktiva yang dimiliki secara keseluruhan. ROA disebut sebagai Earning Power karena rasio ini menggambarkan keuntungan dari setiap satu rupiah aset yang digunakan. Melalui rasio ini akan dapat mengetahui apakah perusahaan telah efisien dalam memanfaatkan aktivitya dalam kegiatan operasional perusahaan atautakah tidak. Sehingga, semakin tinggi nilai dari rasio ini maka keadaan suatu perusahaan dikatakan semakin baik. Perusahaan yang mempunyai kinerja keuangan yang solid akan memiliki lebih banyak sumber daya untuk berinvestasi dalam domain kinerja sosial (Tsoutsoura, 2004).

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

H<sub>2</sub>: profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR.

### **2.5.3 Pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen laba.**

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

2007), dalam (Putra. Dkk, 2014). pada umumnya penelitian diindonesia menggunakan total aktiva atau total penjualan sebagai proksi dari ukuran perusahaan, Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor dan kreditor karena akan berhubungan dengan resiko investasi yang dilakukan.

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

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

H<sub>3</sub>: ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba

#### 2.5.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

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

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

Wibisana dan Ratnaningsih (2014) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik perataan laba yang merupakan salah satu cara dalam praktik manajemen laba. Artinya, semakin besar profitabilitas suatu perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan menurunkan atau meratakan laba untuk satu tahun kedepan. Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian yang dilakukan oleh Dewi dan Sujana (2014). Berdasarkan keterkaitan diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H<sub>4</sub>: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

### 2.5.5 Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba

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

Menurut Kim, et al. (2012), adanya kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih terpercaya bagi pihak pihak yang menggunakan laporan keuangan. Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaannya akan lebih membatasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Sebaliknya, perusahaan yang kurang terbuka dalam pengungkapan informasi kegiatan perusahaan cenderung melakukan berbagai bentuk manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi maupun keuntungan perusahaan (Patten dan Trompeter, 2003).

Peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility* akan menyebabkan terjadinya penurunan manajemen laba (Gayatri dan Prasetya, 2016). Perusahaan yang memiliki komitmen kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku dan akan meminimalisir praktik

manajemen laba. Organisasi yang memiliki etika akan memiliki integritas dengan berbuat jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya (Chun, 2005 dalam Gayatri dan Prasetya, 2016). Berdasarkan hal tersebut, peneliti merumuskan hipotesis alternatif sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Berdasar pada variabel penelitian yang digunakan oleh peneliti, maka peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif. Pengertian dari penelitian kuantitatif yaitu suatu bentuk penelitian dengan data menunjukkan jumlah dengan pendekatan angka pada penyajiannya yang memiliki tujuan untuk menguji maupun verifikasi teori dan meletakkan teori untuk menjadikan landasan sebagai pemecahan masalah dan penemuan pada suatu penelitian dengan hasil dari penelitian berupa penolakan maupun dukungan dari sebuah teori tersebut.

#### **3.2. Populasi dan Sampel**

Populasi adalah keseluruhan dari subyek penelitian. Populasi penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Perusahaan manufaktur adalah perusahaan yang didalamnya terjadi proses pengolahan bahan mentah menjadi barang jadi. Alasan menggunakan perusahaan manufaktur karena perusahaan manufaktur merupakan bidang usaha yang memiliki jumlah jenis usaha yang paling besar di BEI, sehingga diharapkan akan mendapatkan keragaman data untuk mendapatkan hasil yang akurat.

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai karakteristik dianggap dapat mewakili keseluruhan populasi (Setiawan, 2010). Sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, teknik ini menggunakan pertimbangan tertentu untuk penentuan sampel. Populasi yang akan dijadikan sampel adalah populasi yang memenuhi kriteria yang dipakai dalam pengambilan



sampel. Kriteria yang dipertimbangkan dalam pengambilan sampel penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2015-2017.
- b. Perusahaan manufaktur yang melaporkan CSR berurut-turut selama tahun 2015-2017.
- c. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2015-2017.
- d. Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah
- e. Perusahaan yang memiliki kelengkapan data untuk semua variabel

### **3.3. Definisi Operasional Variabel**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan variabel independen Ukuran perusahaan (X1), Profitabilitas (X2), CSR (Y1) dan serta variabel dependen Manajemen Laba (Y2). Adapun definisi operasional dari variabel diatas adalah sebagai berikut:

#### **3.3.1. Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan menggambarkan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang lebih besar biasanya akan menghasilkan performa yang lebih baik dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Karena perusahaan yang lebih besar dipandang telah mampu melakukan efisiensi yang lebih baik dalam kegiatan operasional sehingga akan dapat menghasilkan performa yang lebih baik pula. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan berbagai macam cara, diantaranya menggunakan kapitalisasi pasar, total asset, dan lainnya. Dalam penelitian ini pengukuran ukuran perusahaan dilakukan dengan menggunakan total asset yang dimiliki perusahaan.

$$\text{SIZE} = \text{Ln} (\text{Total Assets})$$

### 3.3.2. Profitabilitas (X2)

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah ROA (*Return On Assets*) yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari asset yang dimiliki perusahaan. Menurut Carlson dan Bathala dalam (Wibisana dan Ratnaningsi, 2014) tingkat profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi tindakan pengelolaan laba. Karena laba merupakan salah satu indikator yang digunakan oleh pihak eksternal dalam menilai kinerja perusahaan.

$$\text{Return On Assets} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Assets}} \times 100\%$$

### 3.3.3. Corporate Social Responsibility (CSR)

. CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI). Instrumen pengukuran CSRI yang akan digunakan dalam penelitian ini mengacu pada instrumen Global Reporting Initiative (GRI). GRI merupakan sebuah jaringan berbasis organisasi yang telah mempelopori perkembangan dunia, paling banyak menggunakan laporan berkelanjutan dan berkomitmen terus menerus melakukan perbaikan dan penerapan diseluruh dunia.

Dalam GRI versi G4 guidelines, informasi CSR dikelompokkan ke dalam enam kategori, yaitu: aspek ekonomi, kinerja lingkungan, praktek tenaga kerja dan

pekerjaan yang layak, hak asasi manusia, kinerja masyarakat, dan tanggung jawab produk. Kategori-kategori tersebut erbagi dalam 91 item pengungkapan. Pengukuran CSRI ini dilakukan melalui content analysis dalam mengukur variety dari CSRI. Pendekatan ini pada dasarnya menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap kategori nformasi pengungkapan CSR dalam instrumen penelitian diberi skor 1 jika kategori informasi yang diungkapkan ada dalam laporan tahunan, dan nilai 0 jika kategori informasi tidak diungkapkan di dalam laporan tahunan. Selanjutnya, skor dari setiap kategori nformasi Sustainabilty Report dijumlahkan untuk memperoleh keseluruhan skor untuk setiap perusahaan.

Pengukuran dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$CSR_y = \frac{\sum XKy}{ny}$$

Keterangan :

CSRI<sub>y</sub> : Corporate Social Responsibility Indeks perusahaan y,

XK<sub>y</sub> : Total dari dummy variable:

1 = jika kategori Sustainabilty Report k Diungkapkan:

0 = jika kategori Sustainabilty Report k tidak diungkapkan.

ny : Jumlah item untuk perusahaan y, ny = 91

### 3.3.4. Manajemen Laba

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah kecurangan laporan keuangan yang diprosikan dengan manajemen laba (*earnings management*). Halim dkk. (2005) dalam penelitian Sihombing (2014)

menjelaskan bahwa manajemen laba kerap terjadi jika perusahaan menerapkan basis akrual. Dasar akrual pada laporan keuangan memberikan kesempatan kepada manajer untuk memodifikasi laporan keuangan untuk menghasilkan jumlah laba yang diinginkan. Rezaee (2002) dalam penelitian Norbarani (2012) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu intervensi terhadap proses pelaporan keuangan eksternal untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Tindakan manajemen laba menjadi cikal bakal terjadinya suatu skandal akuntansi (Norbarani, 2012). Banyak skandal akuntansi yang telah terjadi dan disebabkan oleh manajemen laba.

Pengukuran manajemen laba mengacu pada penelitian Dechow dkk. (1995) yang mengukur kecurangan laporan keuangan dengan menggunakan proksi manajemen laba yang diukur menggunakan *discretionary accrual*. Dalam penelitian Nabila (2013) dijelaskan bahwa *discretionary accruals* merupakan komponen akrual yang berasal dari manajemen laba yang dilakukan manajer atau pengakuan akrual yang bebas, tidak diatur dalam standar akuntansi, dan merupakan pilihan kebijakan manajemen. Sedangkan *nondiscretionary accruals* merupakan pengakuan akrual yang wajar dan tunduk pada standar akuntansi yang berlaku secara umum. selain itu *nondiscretionary accrual* adalah komponen akrual yang terjadi seiring dengan perubahan dari aktivitas perusahaan.

Pengukuran *discretionary accrual* menggunakan model Jones (1991) yang dimodifikasi oleh Dechow dkk. (1995). Alasan penggunaan model ini karena *Modified Jones Model* dapat mendeteksi manajemen laba lebih baik dibandingkan dengan model-model lainnya sejalan dengan hasil penelitian

Dechow dkk. (1995). Selain itu telah banyak penelitian terkait dengan manajemen laba menggunakan model modifikasi Jones. Model ini menggunakan *total accrual* (TACC) yang diklasifikasikan menjadi komponen *discretionary accrual* (DACC) dan *nondiscretionary accrual* (NDACC), yang dirumuskan sebagai berikut:

Dimana:

TACC<sub>it</sub> = *Total accrual* perusahaan i pada periode t

NDACC<sub>it</sub> = nilai *nondiscretionary accrual* perusahaan i pada periode t

DACC<sub>it</sub> = nilai *discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

Langkah pertama dengan menghitung nilai TACC yaitu

$$\mathbf{TACC_{it} = NDACC_{it} + DACC_{it}}$$

Selanjutnya, menghitung estimasi *discretionary accrual* dengan menggunakan model Jones (1991), yang diestimasi dengan persamaan regresi sebagai berikut:

$$\mathbf{TACC_{it}/Ait-1 = \alpha_1(1/Ait-1) + \alpha_2[(\Delta REV_{it})/Ait-1] + \alpha_3(PPE_{it}/Ait-1) + e_{it}}$$

Dimana:

Ait-1 = total aset perusahaan i pada periode t-1

$\Delta REV_{it}$  = perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode t

PPE<sub>it</sub> = *gross property, plant, and equipment* perusahaan i pada periode t

e<sub>it</sub> = error

Untuk mencari nilai *nondiscretionary accrual* (NDACC), maka digunakan rumus Jones (1991) yang dimodifikasi Dechow dkk. (1995), yaitu:

$$\mathbf{NDACC_{it} = \alpha_1(1/Ait-1) + \alpha_2[(\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/Ait-1] + \alpha_3(PPE_{it}/Ait-1)}$$

Dimana:

$\Delta REC_{it}$  = perubahan piutang bersih perusahaan  $i$  pada periode  $t$

$\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$  = nilai koefisien yang diperoleh dari hasil regresi

selanjutnya, *discretionary accrual* (DACC) dapat dihitung dengan cara sebagai berikut:

$$DACC_{it} = TACC_{it} - NDACC_{it}$$

Dimana:

$DACC_{it}$  = *discretionary accrual* perusahaan  $i$  pada tahun  $t$

$TACC_{it}$  = total akrual perusahaan  $i$  pada tahun  $t$

$NDACC_{it}$  = *nondiscretionary accrual* perusahaan  $i$  pada tahun  $t$

**Tabel 3. 1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Definisi Konsep	Pengukuran	Skala
1	Ukuran Perusahaan (X1) (Makaomboh dkk, 2014)	Di dalam ukuran perusahaan, total aktiva yang semakin besar menunjukkan ukuran perusahaan yang besar pula. Semakin banyak total aktiva, semakin banyak modal yang ditanam. Dalam penelitian ini, ukuran perusahaan diukur oleh ln total asset	SIZE = Ln (Total Assets)	Rasio
2.	Profitabilitas (X2) Wibisana dan Ratnaningsih (2014)	Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Rasio yang digunakan untuk mengukur profitabilitas dalam penelitian ini adalah ROA (Return On Assets) yang menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari asset yang dimiliki perusahaan	$Return\ On\ Assets = \frac{Net\ Income}{Total\ Assets} \times 100\%$	Rasio

3.	Corporate Social Responsibility (Y1)	CSR adalah pengungkapan informasi yang berkaitan dengan lingkungan di dalam laporan tahunan perusahaan. CSR diukur menggunakan Corporate Social Responsibility Index (CSRI).	$CSR_y = \frac{\sum XKy}{ny}$	Rasio
4	Manajemen Laba (Y2) Siregar dan Utama (2005)	Manajemen laba merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen yang mempengaruhi pelaporan terhadap laba yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.	$DACCit = TACCit - NDACCit$	Rasio

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh peneliti, data yang diterbitkan dalam jurnal statistik dan lainnya, dan informasi yang tersedia dari sumber publikasi atau nonpublikasi di dalam atau diluar organisasi, dan semua yang berguna bagi peneliti. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi perusahaan berupa laporan tahunan atau *annual report*. Laporan tahunan atau *annual report* diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) *Indonesian stock exchange* dan website perusahaan.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian diperoleh melalui buku-buku keuangan, jurnal mengenai struktur modal, laporan keuangan perusahaan serta makalah untuk dapat memperoleh teori dasar tentang struktur modal. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah teknik dokumentasi. Dokumentasi

yang digunakan diambil dari data-data yang diperoleh dari *Indonesian Capital Market* (ICMD) dan Bursa Efek Indonesia.

### **3.6. Teknik Analisis**

Analisis data digunakan untuk memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu atau beberapa kejadian terhadap suatu atau beberapa kejadian lainnya. Analisis kuantitatif yaitu analisis yang digunakan terhadap data yang berwujud angka-angka dan cara pembahasannya dengan uji statistik. Analisis kuantitatif menekankan pada pengujian teori-teori melalui pengukuran variabel - variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik (Indriantoro dan Supomo, 2002).

#### **3.6.1. Statistik Deskriptif**

Statistik Deskriptif berujuan untuk memberikan gambaran mengenai suatu data yang dilihat dari rata-rata (mean), minimum, maksimum, dan standar deviasi (Ghozali, 2016).

#### **3.6.2. Uji Asumsi Klasik**

##### **1. Uji Normalitas**

Uji ini berguna untuk memperlihatkan residual data normal atau tidak. Deteksinya menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov*. Kriteria ujinya, residual dikatakan normal bila signifikansi *kolmogorov smirnov* di atas 5% (Ghozali, 2016).

##### **2. Uji Multikolinearitas**

Uji ini berguna untuk memperlihatkan keberadaan korelasi antar variabel bebasnya. Deteksinya menggunakan nilai VIF dan Tolerance.



Kriteria ujinya, data bebas multikolinearitas bila *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF <10 (Ghozali, 2016).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini untuk menentukan sama atau tidaknya varian antar pengamatan. Deteksinya dengan uji Glejser. Kriteria ujinya, data dinyatakan bebas heteroskedastisitas jika nilai signifikansi uji Glejser > 0,05 (Ghozali, 2016).

### 4. Uji Autokorelasi

Uji ini untuk menentukan korelasi residual t dengan residual t-1. Deteksinya dengan Uji *Runs*. Kriteria ujinya, data dinyatakan bebas autokorelasi jika nilai signifikansi uji *Runs* pada residual di atas 0,05 (Ghozali, 2016)

#### 3.6.3. Persamaan Regresi Linier Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2006). Formula untuk regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y_1 = a_1X_1 + a_2X_2 + e$$

$$Y_2 = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Y_1 + e$$

Dimana :

Y1 = CSR

Y2 = Manajemen Laba

X1 = Ukuran Perusahaan

X2 = Profitabilitas

$a_1, a_2, b_1, b_2, b_3$  = koefisien regresi variabel independen

e = Kesalahan variabel pengganggu

### 3.6.4. Uji Kelayakan Model

#### 1. Uji Signifikansi F

Uji F berguna untuk menguji model regresi apakah sudah termasuk model yang fit atau belum. Kriteria ujinya, hipotesis diterima (model regresi fit) bila  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  atau bila  $\text{sig } F\text{ hitung} < \alpha (0,05)$  (Ghozali, 2016)

Rumusan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \dots = \beta_6 = 0$ , artinya tidak ada pengaruh simultan *independent variable* terhadap *dependent variable*.
- b.  $H_a$ : tidak semua  $\beta$  berharga nol artinya ada pengaruh simultan *independent variable* terhadap *dependent variable*.

#### 2. Uji Koefisien Determinasi

*Adjusted R Square* sebagai koefisien determinasi ditujukan untuk melihat seberapa mampu variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya. Rentang nilainya berkisar 0-1. Tingginya koefisien determinasi menandakan variabel dependen mampu dijelaskan oleh variabel independennya (Ghozali, 2016)

### 3.6.5. Uji Hipotesis

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu *independent variable* secara individual dalam menerangkan *dependent variable* (Ghozali, 2016). Kriteria ujinya, variabel bebas memengaruhi variabel terikat bila  $\text{sig } t\text{ hitung} < \alpha (0,05)$ .

#### 1) Rumusan Hipotesis

- a)  $H_0$  :  $\beta \leq 0$  artinya Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.  
 $H_a$  :  $\beta > 0$  artinya Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.
- b)  $H_0$  :  $\beta \leq 0$  artinya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap Pengungkapan CSR.  
 $H_a$  :  $\beta > 0$  artinya Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.
- c)  $H_0$  :  $\beta \leq 0$  artinya Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.  
 $H_a$  :  $\beta < 0$  artinya Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.
- d)  $H_0$  :  $\beta \leq 0$  artinya Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.  
 $H_a$  :  $\beta > 0$  artinya Profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba.
- e)  $H_0$  :  $\beta \leq 0$  artinya Pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.  
 $H_a$  :  $\beta < 0$  artinya Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

- 2) Menentukan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yaitu sebesar 0,05
- 3) Menentukan kriteria penerimaan/penolakan  $H_0$ , yakni dengan melihat nilai signifikan :

- a. Hipotesis Positif:

Jika signifikan  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima jika signifikan  $> 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak.

### 3.6.6. Uji Analisis Jalur (*Path Analysis*)

*Path Analysis* digunakan untuk menguji pengaruh variabel *intervening*. Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linear berganda, atau analisis jalur digunakan untuk menganalisis pola hubungan antar variabel dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh langsung maupun tidak langsung seperangkat variabel bebas (*eksogen*) terhadap variabel terikat (*endogen*) (Ghozali, 2016). Pada dasarnya koefisien jalur adalah koefisien regresi yang distandarkan (*standardized regression weights*) atau membandingkan koefisien *indirect effect* (pengaruh tidak langsung) dengan koefisien *direct effect* (pengaruh langsung).

Adapun persamaan regresi berdasarkan Ghozali (2016) yaitu:

#### 1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Melalui CSR

Sub-struktur 1 (pengaruh antara variabel X1 terhadap Y1)

$$Y1 : \alpha + p2X1 + e1 \quad \text{Persamaan ..... (1)}$$

Sub-struktur 2 (pengaruh antara variabel X1 dan Y1 terhadap Y2)

$$Y2 : \alpha + p1X1 + p3Y1 + e2 \quad \text{Persamaan ..... (2)}$$

Keterangan:

Y1: CSR

Y2 :Manajemen Laba

X1: Ukuran Perusahaan

$\alpha$  : Konstanta

p1 : Koefisien jalur 1 (pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba)

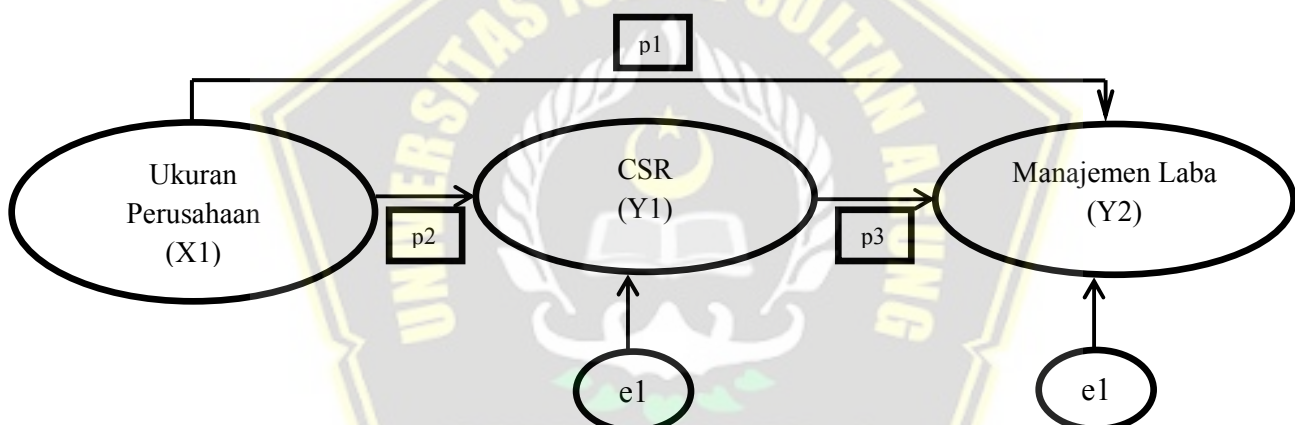
p2 : Koefisien jalur 2 (pengaruh ukuran perusahaan terhadap CSR)

p3 : Koefisien jalur 3 (pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba)

e1 : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel CSR

e2 : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel Manajemen Laba

Analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3. 1 Analisis Jalur Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Melalui CSR**

Kontribusi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap manajemen laba terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 2 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Ukuran Perusahaan ke Manajemen Laba**

Pengaruh	Perhitungan
Pengaruh langsung ( <i>direct effect</i> )	= p1
Pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan ke manajemen laba ( <i>indirect effect</i> )	= p2 x p3
Total pengaruh (korelasi ukuran perusahaan ke manajemen)	= p1 + (p2 x p3)

laba) ( <i>total effect</i> )	
-------------------------------	--

Menurut Ghozali (2016), kriteria pengujian *path analysis* yaitu:

- a. Jika total pengaruh langsung [ $p1 + (p2 \times p3)$ ] > pengaruh tidak langsung ( $p2 \times p3$ ) maka pengungkapan CSR bukan merupakan variabel *intervening*.
- b. Jika total pengaruh langsung [ $p1 + (p2 \times p3)$ ]  $\leq$  pengaruh tidak langsung ( $p2 \times p3$ ) maka pengungkapan CSR merupakan variabel *intervening*.

**2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Melalui CSR**

Sub-struktur 3 (Pengaruh antara variabel X2 terhadap Y1)

$Y1 : \alpha + p5X2 + e1$                       Persamaan ..... (3)

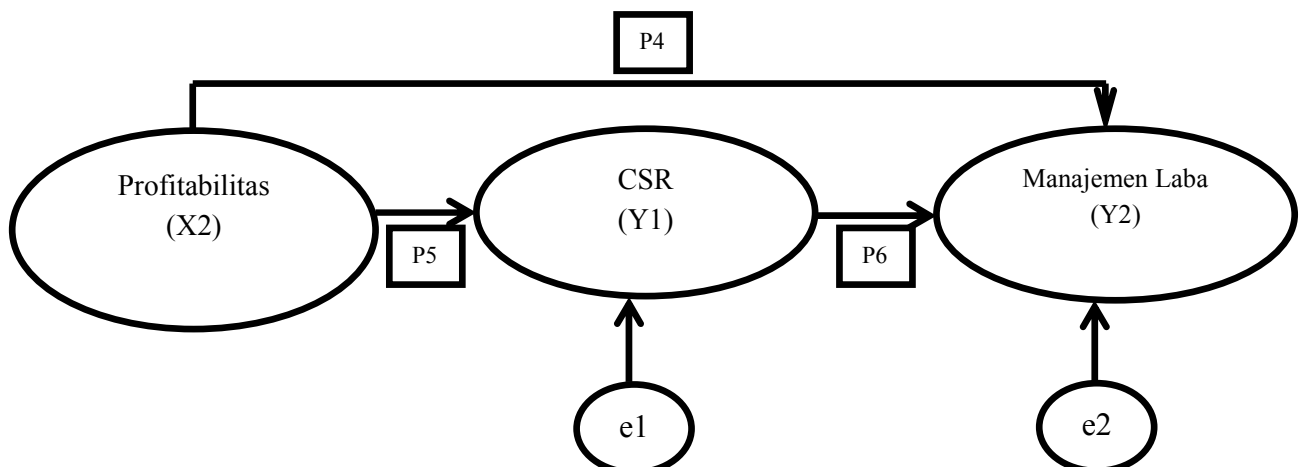
Sub-struktur 4 (pengaruh antara variabel X2 dan Y1 terhadap Y2)

$Y2 : \alpha + p4X2 + p6Y1 + e2$                       Persamaan ..... (4)

Keterangan:

- Y1 : CSR
- Y2 : Manajemen Laba
- X2 : Profitabilitas
- $\alpha$  : Konstanta
- p4 : Koefisien jalur 4 (pengaruh Profitabilitas terhadap manajemen laba)
- p5 : Koefisien jalur 5 (pengaruh profitabilitas terhadap CSR)
- p6 : Koefisien jalur 6 (pengaruh CSR terhadap Mannajemen Laba)
- e1 : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel CSR
- e2 : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel Manajemen Laba

Analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



### Gambar 3. 2 Analisis Jalur Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Melalui CSR

Kontribusi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung Profitabilitas terhadap Manajemen Laba terlihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 3 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Profitabilitas ke Manajemen Laba**

Pengaruh	Perhitungan
Pengaruh langsung ( <i>direct effect</i> )	= p4
Pengaruh tidak langsung Profitabilitas ke Manajemen Laba ( <i>indirect effect</i> )	= p5 x p6
Total pengaruh (korelasi Profitabilitas ke Manajemen Laba) ( <i>total effect</i> )	= p4 + (p5 x p6)

Menurut Ghozali (2016), kriteria pengujian *path analysis* yaitu:

- Jika total pengaruh langsung [ $p4 + (p5+p6)$ ] > pengaruh tidak langsung ( $p5xp6$ ) maka pengungkapan CSR bukan merupakan variabel *intervening*.
- Jika total pengaruh langsung [ $p4 + (p5+p6)$ ]  $\leq$  pengaruh tidak langsung ( $p5xp6$ ) maka pengungkapan CSR merupakan variabel *intervening*..

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Melalui CSR

Sub-struktur 5 (Pengaruh antara variabel X1 dan X2 terhadap Y1)

$$Y1 : \alpha + p9X1 + p10X2 + e1 \quad \text{Persamaan ..... (3)}$$

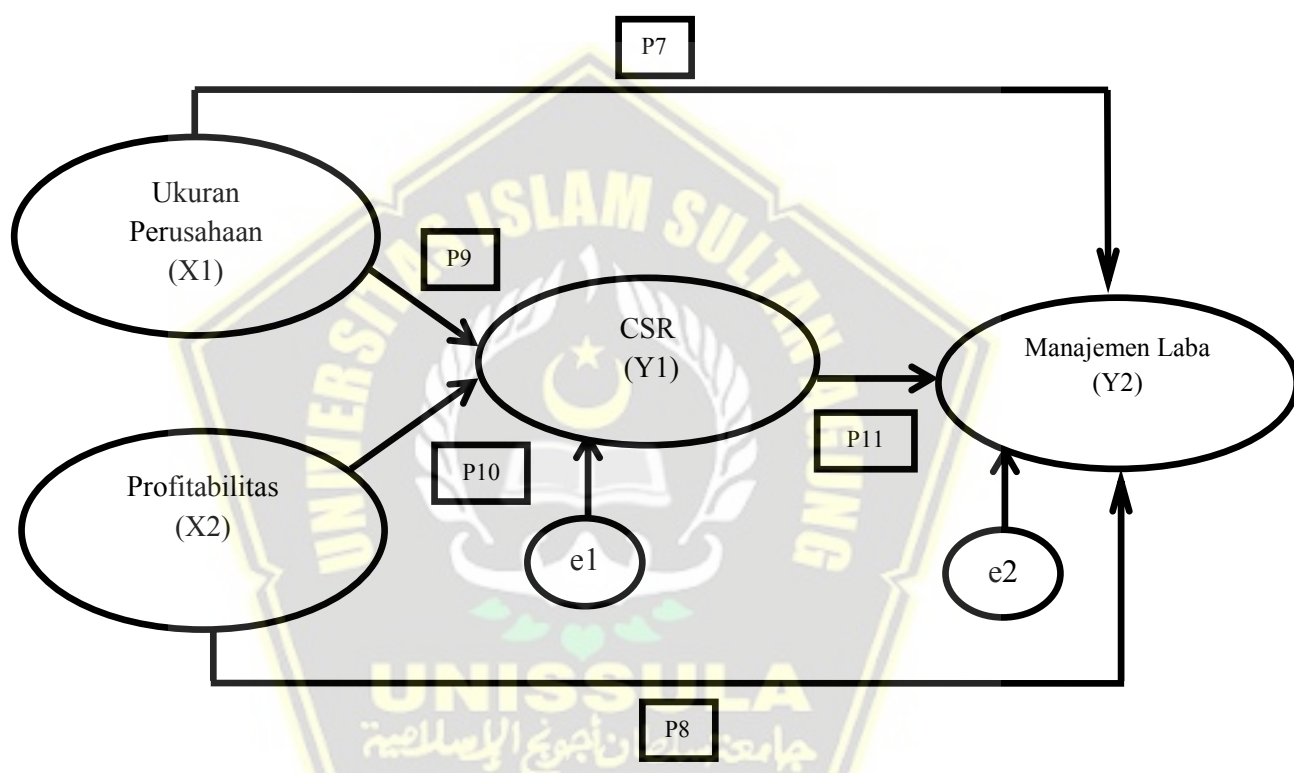
Sub-struktur 6 (pengaruh antara variabel X1, X2 dan Y1 terhadap Y2)

$$Y2 : \alpha + p7X1 + p8X2 + p11Y1 + e2 \quad \text{Persamaan ..... (4)}$$

Keterangan:

- Y1 : CSR  
 Y2 : Manajemen Laba  
 X2 : Profitabilitas

- $\alpha$  : Konstanta
- p7 : Koefisien jalur 7 (pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap manajemen laba)
- p8 : Koefisien jalur 8 (pengaruh Profitabilitas terhadap manajemen laba)
- p9 : Koefisien jalur 9 (pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap CSR)
- p10 : Koefisien jalur 10 (pengaruh Profitabilitas terhadap CSR)
- p11 : Koefisien jalur 11 (pengaruh CSR terhadap Manajemen Laba)
- e1 : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel CSR
- e2 : *Error of term* atau variabel pengganggu pada variabel Manajemen Laba
- Analisis jalur dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 3. 3 Analisis Jalur Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba Melalui CSR**

Kontribusi pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung Profitabilitas terhadap Manajemen Laba terlihat pada tabel di bawah ini:



**Tabel 3. 4 Pengaruh Langsung dan Pengaruh Tidak Langsung Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas ke Manajemen Laba**

<b>Pengaruh</b>	<b>Perhitungan</b>
Pengaruh langsung ( <i>direct effect</i> )	= $p7 + p8$
Pengaruh tidak langsung Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas ke Manajemen Laba ( <i>indirect effect</i> )	= $(p9 + p10) \times p11$
Total pengaruh (korelasi Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas ke Manajemen Laba) ( <i>total effect</i> )	= $p7 + p8 + [(p9 + p10) \times p11]$

Menurut Ghozali (2016), kriteria pengujian *path analysis* yaitu:

- a. Jika total pengaruh langsung  $[p7 + p8 + [(p9 + p10) \times p11] >$  pengaruh tidak langsung  $(p7 + p8)$  maka pengungkapan CSR bukan merupakan variabel *intervening*.
- b. Jika total pengaruh langsung  $[p7 + p8 + [(p9 + p10) \times p11] \leq$  pengaruh tidak langsung  $(p7 + p8)$  maka pengungkapan CSR merupakan variabel *intervening*.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Deskripsi Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan objek perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama 2015-2017. Proses pengambilan sampel dengan *purposive sampling* adalah:

**Tabel 4. 1 Tabel Kriteria Pengambilan Sampel Penelitian**

No	Kriteria	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2015-2017	156
2	Perusahaan yang tidak melaporkan CSR selama tahun 2015-2017	(14)
3	Perusahaan yang melaporkan CSR selama tahun 2015-2017	142
4	Perusahaan yang pernah mengalami kerugian selama tahun 2015-2017	(32)
5	Perusahaan yang tidak mengalami kerugian selama tahun 2015-2017	110
6	Perusahaan yang menggunakan mata uang asing	(31)
7	Perusahaan yang menggunakan mata uang rupiah	79
8	Perusahaan yang tidak memiliki kelengkapan data untuk semua variable	(32)
9	Perusahaan yang memiliki kelengkapan data untuk semua variabel	47
	<b>Perusahaan Sampel</b>	<b>47</b>
	<b>Total Sampel    47 x 3 tahun</b>	<b>141</b>

## 4.1.2. Analisis Data

### 4.1.2.1. Statistik Deskriptif

Statistik Deskriptif berujuan untuk memberikan gambaran umum dari data penelitian (Ghozali, 2016) Hasil pengujiannya adalah:

**Tabel 4. 2 Hasil Pengujian Deskriptif Perusahaan Manufaktur**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	141	25,61948	33,32018	28,5895935	1,61690127
ROA	141	0,18143	88,87364	10,0195538	10,78549291
CSR	141	0,08791	0,48352	0,2237561	0,08770884
ML	141	-0,16015	0,76028	0,0051556	0,09220097

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Untuk variabel ukuran perusahaan dengan proksi SIZE, data validnya sebanyak 141 dengan nilai minimal = 25,6195, nilai maksimal = 33,3202, Rata-ratanya = 28,5860 dengan standar deviasi 1,6169. Nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasi disebabkan data tersebar merata atau penyebaran data tidak fluktuatif.

Untuk variabel profitabilitas dengan proksi ROA, Data validnya sebanyak 141 dengan nilai minimal = 0,1814; nilai maksimal = 88,8736; Rata-ratanya = 10,0196 dengan standar deviasi 10,7855. Nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasi disebabkan data tidak tersebar merata atau penyebaran data fluktuatif.

Untuk variabel CSR, Data validnya sebanyak 141 dengan nilai minimal = 0,0879; nilai maksimal = 0,4835;. Rata-ratanya = 0,2238 dengan standar deviasi 0,0877. Nilai rata-rata yang lebih besar dari standar deviasi disebabkan data tersebar merata atau penyebaran data yang tidak fluktuatif.

Untuk variabel manajemen laba, Data validnya sebanyak 141 dengan nilai minimal = -0,1602; nilai maksimal = 0,76028, Rata-ratanya = 0,0516 dengan

standar deviasi 0,0922. Nilai rata-rata yang lebih kecil dari standar deviasi disebabkan data tidak tersebar merata atau penyebaran data fluktuatif.

#### 4.1.2.2. Uji Asumsi Klasik

##### 1. Uji Normalitas

Uji ini berguna untuk memperlihatkan residual data normal atau tidak (Ghozali, 2016). Hasil pengujiaannya adalah:

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Sebelum Outlier dihilangkan**

		Unstandardized Residual 1	Unstandardized Residual 2
N		141	141
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000	0,0000000
	Std. Deviation	0,07883988	0,08245471
Most Extreme Differences	Absolute	0,080	0,112
	Positive	0,079	0,112
	Negative	-0,080	-0,055
Test Statistic		0,080	0,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,026 <sup>c</sup>	0,000 <sup>c</sup>

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.2 terlihat jika untuk **Model 1** dan **Model 2** memiliki nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,026 dan 0,000 dibawah 0,05. Artinya, data masih belum terdistribusi dengan normal. Untuk mengatasi hal itu maka data *outlier* (data yang menghasilkan residual diatas standar deviasi 3) dihilangkan dengan men-*delete* data yang ditampilkan pada *casewise diagnostic*. Hasil dari penghilangan data *outlier* dapat dilihat pada gambar berikut:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Setelah Outlier dihilangkan**

		Unstandardized Residual 6	Unstandardized Residual 5
N		134	137
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	,06148865	,05840860
Most Extreme Differences	Absolute	,062	,070
	Positive	,062	,070
	Negative	-,037	-,054
Test Statistic		,062	,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	,097 <sup>c</sup>

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 4.3 terlihat jika untuk **Model 1** dan **Model 2** memiliki nilai *Asymp.Sig.(2-tailed)* sebesar 0,200 dan 0,097 diatas 0,05. Artinya, data sudah terdistribusi dengan normal. Dengan kata lain, asumsi normalitas sudah terpenuhi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji ini berguna untuk memperlihatkan keberadaan korelasi antar variabel bebasnya (Ghozali, 2016). Hasil pengujiannya adalah:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji Multikolinearitas**

Model	Variabel Independen	Statistik Kolinearitas	
		Nilai Toleransi	Nilai VIF
1	SIZE	0,992	1,008
	ROA	0,992	1,008
2	SIZE	0,798	1,253
	ROA	0,970	1,031
	CSR	0,808	1,238

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Diketahui jika setiap variabel memiliki toleransi lebih dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10. Artinya, tidak terjadi multikolinearitas pada data. Dengan kata lain, asumsi multikolinearitas terpenuhi.

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji ini untuk menentukan sama atau tidaknya varian antar pengamatan. Deteksinya dengan uji *Glejser*. Hasil pengujiannya adalah:

Tabel 4. 6 Hasil Uji *Glejser*

Model	Variabel Independen	t hitung	Signifikansi t
1	SIZE	-1,821	0,071
	ROA	1,970	0,051
2	SIZE	-1,889	0,061
	ROA	0,931	0,353
	CSR	-0,955	0,341

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 diatas terlihat jika semua variabel independen pada **model 1** dan **model 2** memiliki nilai signifikansi lebih dari 0,05. Artinya, tidak terjadi heteroskedastistas. Dengan kata lain, asumsi heteroskedastisitas sudah terpenuhi

#### 4. Uji Autokorelasi

Uji ini untuk menentukan korelasi residual t dengan residual t-1 (Ghozali, 2016). Hasil pengujian *Run Test*. adalah:

Tabel 4. 7 Hasil Uji *Run Test*

	Unstandardized Residual 6	Unstandardized Residual 5
Test Value <sup>a</sup>	-0,00679	-0,00215
Cases < Test Value	67	68
Cases >= Test Value	67	69
Total Cases	134	137
Number of Runs	76	59
Z	1,387	-1,800
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,165	0,072

a. Median

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.6 diatas terlihat jika nilai signifikansi uji *Runs* pada residual di atas 0,05. Artinya, atau tidak terjadi autokorelasi. Dengan kata lain, asumsi autokorelasi sudah terpenuhi.

#### 4.1.2.3. Hasil Uji Regresi Berganda

Hasil uji regresi linear berganda dengan program SPSS versi 25, adalah:.

**Tabel 4. 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
Model 1	Konstanta	-0,546	0,095	-5,758	0,000
	SIZE	0,026	0,003	7,943	0,000
	ROA	0,000	0,000	0,883	0,379
Model 2	Konstanta	-0,060	0,094	-0,645	0,520
	SIZE	0,003	0,003	0,878	0,382
	ROA	0,000	0,001	-0,363	0,717
	CSR	-0,131	0,064	-2,038	0,043

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Persamaan hasil regresinya yaitu

**Model 1:**

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

**Model 2:**

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

Interpretasi untuk **Model 1** adalah:

1. Konstanta sebesar = - 0,546 menyatakan jika SIZE (Ukuran Perusahaan), dan ROA (Profitabilitas) bernilai tetap (konstan), maka CSR akan bernilai -0,546
2. Koefisien regresi SIZE sebagai proksi dari ukuran perusahaan sebesar 0,026 artinya bila SIZE (ukuran perusahaan) bertambah 1% dan variabel yang lain konstan, maka CSR akan bertambah sebesar 0,026%
3. Koefisien regresi ROA sebagai proksi dari profitabilitas sebesar 0,000 artinya bila ROA (Profitabilitas) bertambah 1% dan variabel yang lain konstan, maka CSR akan bertambah sebesar 0,000%.

Interpretasi untuk **Model 2** adalah:

1. Konstanta sebesar = - 0,060 menyatakan jika SIZE (Ukuran Perusahaan), ROA (Profitabilitas) dan CSR bernilai tetap (konstan), maka ML (Manajemen Laba) akan bernilai -0,060
2. Koefisien regresi SIZE sebagai proksi dari ukuran perusahaan sebesar 0,003 artinya bila SIZE (ukuran perusahaan) bertambah 1% dan variabel yang lain konstan, maka ML (Manajemen Laba) akan bertambah sebesar 0,003%
3. Koefisien regresi ROA sebagai proksi dari profitabilitas sebesar 0,000 artinya bila ROA (Profitabilitas) bertambah 1% dan variabel yang lain konstan, maka ML (Manajemen Laba) akan bertambah sebesar 0,000%.
4. Koefisien regresi CSR sebesar -0,131 artinya bila CSR bertambah 1% dan variabel yang lain konstan, maka ML (Manajeme Laba) akan berkurang sebesar 0,131%.

#### 4.1.2.4. Uji Kebaikan Model

##### 1. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji ketepatan model regresi. Hasil pengujiannya adalah:

**Tabel 4. 9 Hasil Uji F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0,252	2	0,126	32,839	0,000 <sup>b</sup>
	Residual	0,503	131	0,004		
	Total	0,755	133			

Sumber: data sekunder diolah, 2019

Dari table diatas,diketahui jika nilai F sebesar 32,839 dan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ ,kesimpulannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.



Maka dapat disimpulkan ada pengaruh simultan yang signifikan antara SIZE(ukuran perusahaan) dan ROA(profitabilitas) terhadap CSR.

## 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi

*Adjusted R<sup>2</sup>* sebagai koefisien determinasi ditujukan untuk melihat seberapa mampu variabel terikat dapat dijelaskan oleh variabel bebasnya.

**Tabel 4. 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	0,578	0,334	0,324
2	0,179	0,032	0,010

Sumber: data sekunder diolah, 2019

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

### 4.1.2.5. Hasil Uji Hipotesis

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu *independent variable* secara individual dalam menerangkan *dependent variable* (Ghozali, 2016). Uji t dilakukan dengan cara membandingkan nilai signifikansi dimana  $\alpha = 0,05$ . Hasil ujinya adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 11 Hasil Uji t**

	T	Sig	Keterangan
Konstanta	-5,758	0,000	-

SIZE	7,943	0,000	<b>Diterima</b>
ROA	0,883	0,379	<b>Ditolak</b>
Konstanta	-0,645	0,520	-
SIZE	0,878	0,382	<b>Ditolak</b>
ROA	-0,363	0,717	<b>Ditolak</b>
CSR	-2,038	0,043	<b>Diterima</b>

Sumber: data sekunder diolah, 2019.

### 1. Ukuran Perusahaan berpengaruh positif Terhadap Pengungkapan CSR.

Pengujian hipotesis yang pertama adalah untuk menguji apakah Ukuran Perusahaan berpengaruh positif Terhadap Pengungkapan CSR.

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

### 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

Pengujian hipotesis yang kedua adalah menguji apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap Pengungkapan CSR.

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

### 3. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

Pengujian hipotesis yang ketiga adalah menguji apakah ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

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

#### 4. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba.

Pengujian hipotesis yang keempat adalah menguji apakah Profitabilitas berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba.

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

#### 5. Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

Pengujian hipotesis yang kelima adalah menguji apakah Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

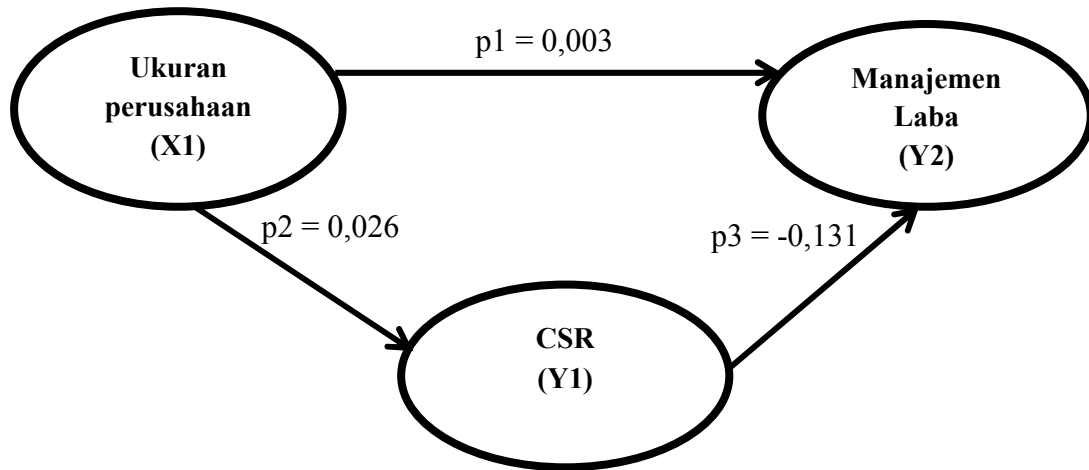
Pada hubungan variabel Pengungkapan CSR terhadap praktik manajemen laba diperoleh nilai t hitung sebesar -2,038 dan signifikansi = 0,043 < 0,05 maka **hipotesis diterima** artinya Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba

#### 4.1.7 Pengujian tidak langsung

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

##### 1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui CSR

Analisis jalur untuk menguji hubungan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dan apakah hubungan ukuran perusahaan ke manajemen laba dimediasi oleh CSR Disclosure dengan gambar berikut:



**Gambar 4. 1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui CSR**

Berdasarkan gambar 4.1 dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

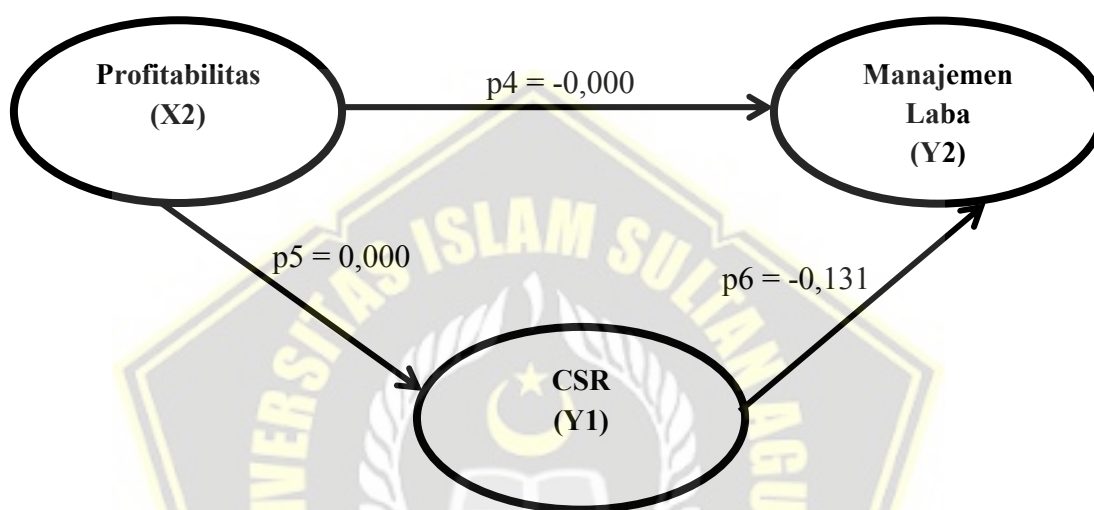
- Pengaruh langsung ukuran perusahaan pada manajemen laba perusahaan  
 $p1 = X1 \rightarrow Y2 = 0,003$
- Pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR  
 $p2 \times p3 = X1 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = 0,026 \times (-0,131) = -0,00341$
- Total Pengaruh ukuran perusahaan pada Manajemen laba melalui pengungkapan CSR  
 $Tp123 = p1 + (p2 \times p3) = 0,003 + (-0,00341) = -0,00041.$

Berdasarkan hasil di atas mana pengaruh langsung ukuran perusahaan pada manajemen laba adalah 0,003 sedangkan pengaruh tidak langsung manajemen laba pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR adalah -0,00041. Artinya, total pengaruh langsung ( $Tp123$ ) lebih kecil dari pengaruh tidak langsung ( $p2 \times p3$ ) atau  $-0,00041 < 0,003$  ( $Tp123 < p2 \times p3$ ).

Kesimpulannya, pengungkapan CSR variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

## 2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR

Analisis jalur untuk menguji hubungan antara profitabilitas terhadap manajemen laba dan apakah hubungan profitabilitas ke manajemen laba dimediasi oleh pengungkapan CSR dengan gambar berikut:



**Gambar 4. 2 Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR**

Berdasarkan gambar 4.2 dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

- Pengaruh langsung profitabilitas pada manajemen laba perusahaan  

$$p4 = X2 \rightarrow Y2 = 0,000$$
- Pengaruh tidak langsung profitabilitas pada manajemen laba perusahaan melalui pengungkapan CSR  

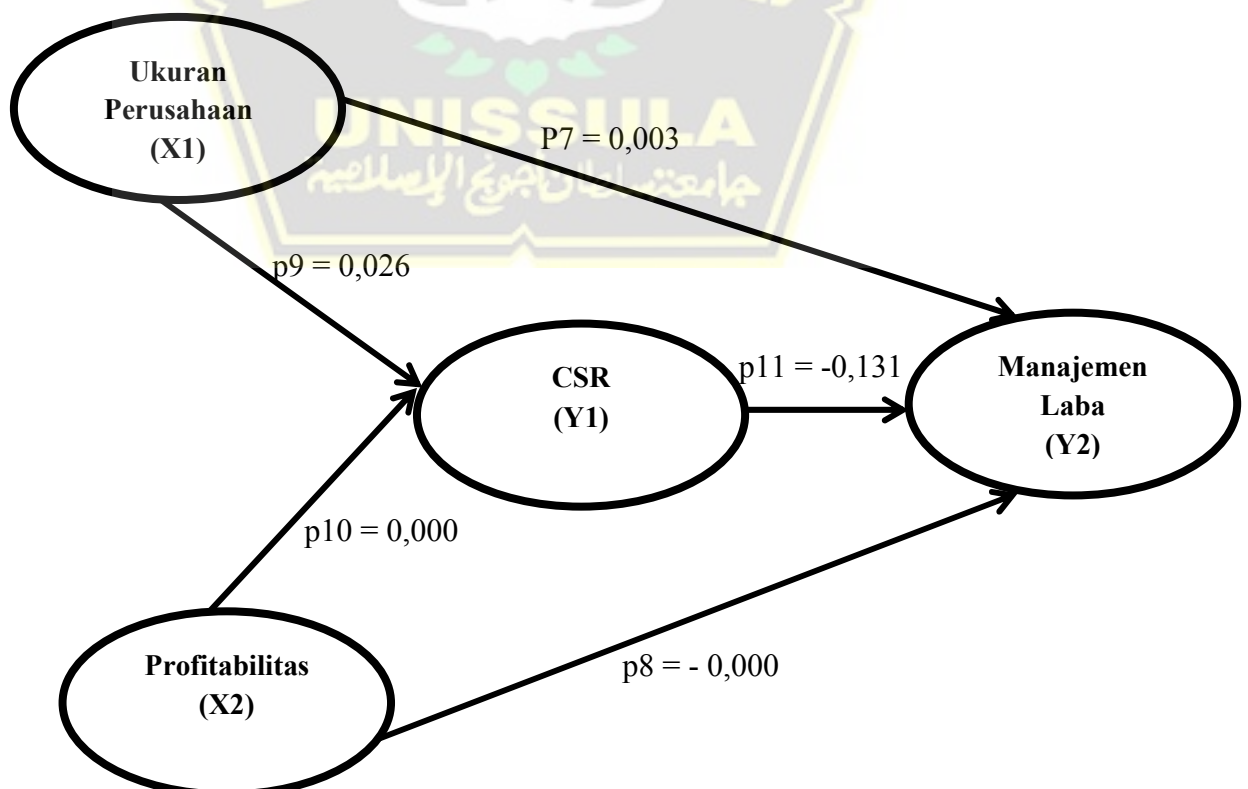
$$p5 \times p6 = X2 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = 0,000 \times -0,131 = 0,000$$
- Total Pengaruh profitabilitas pada Manajemen laba perusahaan melalui pengungkapan CSR

$$Tp456 = p4 + (p5 \times p6) = -0,000 + 0,000 = 0,000.$$

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa pengaruh langsung profitabilitas terhadap manajemen laba sebesar 0,000 sedangkan pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR sebesar 0,000. Artinya, total pengaruh langsung ( $Tp456$ ) = pengaruh tidak langsung ( $p5 \times p6$ ) atau  $0,000 = 0,000$  ( $Tp456 = p5 \times p6$ ). Kesimpulannya, pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening dari pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba.

### 3. Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR

Analisis jalur untuk menguji hubungan antara ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba dan apakah hubungan ukuran perusahaan dan profitabilitas ke manajemen laba dimediasi oleh pengungkapan CSR dengan gambar berikut:



**Gambar 4. 3 Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba melalui CSR**

Berdasarkan gambar 4.3 dapat diperoleh perhitungan sebagai berikut:

- a. Pengaruh langsung Ukuran perusahaan dan profitabilitas pada manajemen laba perusahaan

$$p7+p8 = X1+X2 \rightarrow Y2 = 0,003 + (- 0,000) = 0,003$$

- b. Pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan dan profitabilitas pada manajemen laba perusahaan melalui pengungkapan CSR

$$X1 + X2 \rightarrow Y1 \rightarrow Y2 = (p9+p10) \times p11 = (0,026 + 0,000) \times -0,131 = -0,00341$$

- c. Total Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas pada Manajemen laba perusahaan melalui pengungkapan CSR

$$Tp7891011 = p7 + p8 + [(p9 + p10) \times p11] = 0,003 - 0,00341 = - 0,00041$$

Berdasarkan hasil di atas diketahui bahwa pengaruh langsung ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba sebesar 0,003 sedangkan pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba melalui pengungkapan CSR sebesar -0,00341. Artinya, total pengaruh langsung ( $Tp7891011$ ) > pengaruh tidak langsung  $[(p9+p10) \times p11]$  atau  $- 0,00041 > - 0,00341$ . Kesimpulannya,

pengungkapan CSR bukan merupakan variabel intervening dari pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

## **4.2. Pembahasan Hasil Penelitian**

### **4.2.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR**

Hasil penelitian memperlihatkan jika ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Artinya, ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan CSR oleh perusahaan karena jumlah total aktiva pada perusahaan memengaruhi penyusunan pengungkapan CSR.

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

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



#### 4.2.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSR

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

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

#### 4.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba

Hasil penelitian memperlihatkan jika ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hal ini berarti perusahaan yang besar dan perusahaan yang kecil tidak terbukti lebih agresif dalam melakukan manajemen laba. Ukuran perusahaan yang besar tentunya akan menjalankan *Corporate Governance* dengan baik. Semakin besar perusahaan pengendalian

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

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

#### **4.2.4. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba**

Hasil penelitian memperlihatkan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan profitabilitas tidak memberikan pengaruh dalam pembatasan manajemen laba. Perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi tidak akan melakukan manajemen laba (Gunawan *et al*, 2015). Para pemodal akan mempergunakan ROA sebagai indikator untuk mengambil keputusan berinvestasi. Jika terjadi peningkatan pada profitabilitas, maka harapan yang dimiliki oleh para stakeholder juga akan semakin tinggi terhadap kompensasi dan tingkat pengembalian dari keuntungan

perusahaan. Dengan kata lain, jika nilai ROA yang tinggi tidak mempengaruhi praktik manajemen laba..

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

#### **4.2.5. Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba**

Hasil penelitian memperlihatkan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan peningkatan pengungkapan *corporate social responsibility* akan menyebabkan terjadinya penurunan manajemen laba (Gayatri dan Prasetya, 2016). Perusahaan yang memiliki komitmen kuat atas tanggung jawab sosial untuk mendapatkan legitimasi di lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku dan akan meminimalisir praktik manajemen laba. Organisasi yang memiliki etika akan memiliki integritas dengan berbuat jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya (Chun, 2005 dalam Gayatri dan Prasetya, 2016).

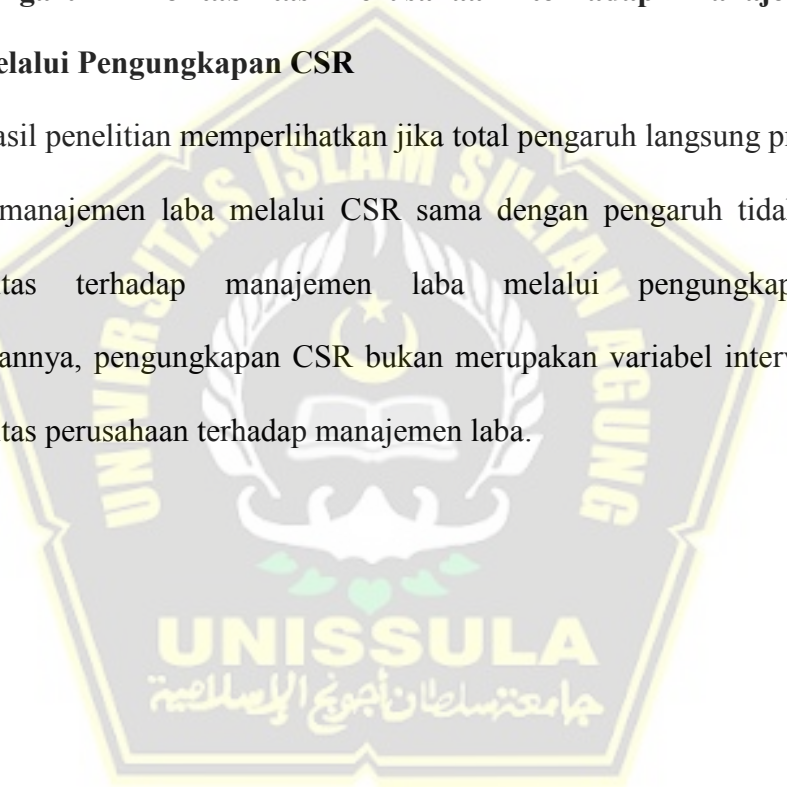
Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Gayatri dan Prasetya, (2016) mengemukakan jika manajemen laba dipengaruhi secara negatif oleh CSR. Namun hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Suryani dan Heriyanti (2015) yang mengemukakan jika manajemen laba dipengaruhi secara positif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

#### **4.2.6. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba melalui Pengungkapan CSR**

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

#### **4.2.7. Pengaruh Profitabilitas Perusahaan terhadap manajemen laba melalui Pengungkapan CSR**

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



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Kesimpulan yang didapat berdasarkan hasil analisis data tentang “peran pengungkapan Corporate Social Responsibility pada pengaruh Ukuran dan Profitabilitas terhadap tindakan Manajemen Laba” adalah sebagai berikut:

Kesimpulan yang didapat dari hasil riset ini yaitu :

1. Ukuran perusahaan terbukti berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR, karena luas pengungkapan informasi berbanding lurus dengan ukuran perusahaan, perusahaan besar banyak menghadapi tuntutan public untuk dapat menyajikan informasi yang lebih banyak.
2. Profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap pengungkapan CSR, karena perusahaan dengan profit tinggi atau rendah akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya seluas-luasnya.
3. Ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh terhadap praktik manajemen laba, karena baik perusahaan besar atau perusahaan kecil tidak terbukti lebih agresif dalam melakukan manajemen laba, kemungkinan aset yang tidak dikelola dengan baik juga memungkinkan kesalahan dalam pengungkapan total aset perusahaan.
4. Profitabilitas tidak terbukti berpengaruh terhadap praktik manajemen laba, karena indikator ROA digunakan untuk keputusan berinvestasi oleh stakeholder, jika terjadi peningkatan profitabilitas, harapan stakeholder terhadap kompensasi dan tingkat pengembalian juga akan semakin tinggi.

5. CSR terbukti berpengaruh terhadap praktik manajemen laba, karena perusahaan yang memiliki komitmen kuat atas tanggung jawab social akan beroperasi sesuai etika dan norma yang berlaku dan meminimalisir praktik manajemen laba.
6. Pengungkapan CSR terbukti dapat memediasi hubungan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba, karena total pengaruh langsung ukuran perusahaan terhadap manajemen laba lebih kecil daripada pengaruh tidak langsung ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
7. Pengungkapan CSR tidak terbukti dapat memediasi hubungan profitabilitas perusahaan terhadap manajemen laba, karena total pengaruh langsung profitabilitas terhadap manajemen laba melalui CSR sama dengan pengaruh tidak langsung profitabilitas terhadap manajemen laba melalui CSR.

#### **4.1 Saran**

Saran yang bisa peneliti sampaikan untuk kemajuan penelitian berikutnya dan pihak manajemen adalah :

1. Untuk riset mendatang disarankan dapat menambah jumlah sampel penelitian, jumlah variabel yang digunakan, dan dapat menggunakan objek penelitian lain selain perusahaan manufaktur sehingga dapat menghasilkan kesimpulan dengan tingkat keakuratan yang tinggi dengan hasil yang lebih beragam.

2. Untuk pihak manajemen perusahaan disarankan untuk dapat menambah pengetahuan dan pemahaman tentang manajemen laba dari berbagai referensi agar dapat dipergunakan dalam pengelolaan organisasi perusahaan dan dapat meminimalisasi praktik manajemen laba. Penerapan yang tidak tepat dapat menyebabkan masalah yang besar terhadap pelaporan keuangan.

#### 4.2 Keterbatasan Penelitian

Keterbatasan riset yang pertama adalah pada model Jones yang dipergunakan untuk mengestimasi *earning management*. Pada kenyataannya, model tersebut memiliki kelemahan pada estimasi *cross-sectional* karena secara tidak langsung menyatakan jika sampel masuk kedalam industri yang serupa saat terbentuk proses akrual yang serupa. Model akrual juga tidak dapat menginformasikan elemen mengestimasi *earning management* karena model akrual tidak mampu menjadi pembeda dalam hal kenaikan nilai diskresioner pada laba melalui komponen beban/pendapatan.

Keterbatasan riset yang kedua adalah manajemen laba hanya dapat dijelaskan sebesar 1% oleh ukuran perusahaan, profitabilitas dan CSR, sedangkan 99% sisanya adalah variable lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji, D. Y. dan A. F. Mita. 2010. Pengaruh Profitabilitas, Risiko Keuangan, Nilai Perusahaan, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Praktek Perataan Laba: Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Tardaftar di BEI. *Simposium Nasional Akuntansi XIII Purwokerto*.
- Amaladoss, M. X., & Manohar, H. L. (2013). Communicating Corporate Social Responsibility - A Case of CSR Communication in Emerging Economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(2), 65–80. <https://doi.org/10.1002/csr.287>
- Arief, Arvina dan Moh. Didik Ardiyanto. 2014. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal of Accounting*, Vol. 3 No. 3
- Bambang Riyanto, 2001. *Dasar-Dasar Pembelanjaan Perusahaan, Edisi Keempat, Cetakan Ketujuh*, Yogyakarta : BPF
- Bestivano, W. 2013. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Perataan Laba pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Publikasi. Padang: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*
- Denies Priantinah. 2008. *Eksistensi Earnings Managemen dalam Hubungan Agen-Principal. Vol VI No.2 tahun 2008 Hal 23-26*.
- Dewi, M. Y., & Sujana, I. K. (2014). Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas pada praktik perataan laba dengan jenis industri sebagai variabel pemoderasi di bursa efek indonesia. *E-Journal Akuntansi Universitas Udayana* 8, 2, 171–184.
- Dewi, Made Yustiari dan I Ketut Sujana. 2014. “Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Pada Praktik Perataan Laba Dengan Jenis Industri Sebagai Variabel Pemoderasi Di BEI”. ISSN 2302-8556. *E-journal Akuntansi Universitas Udayana*. 170-184. Bali.
- Fanani, Z. (2014). Karakteristik Perusahaan Dan Corporate Governance Terhadap Manajemen Laba: Studi Analisis Meta. *Jurnal Keuangan Dan Perbankan*, 18(2), 181–200.
- Freeman, R. Edward dan S. Ramakrishna Velamuri. 2006. A New Approach to CSR: Company Stakeholder Responsibility. Andrew Kakabadse and Mette



Morsing (eds). *Corporate Social Responsibility: Reconciling Aspiration with Application*. London: Palgrave Macmillan Ltd. hlm. 9 – 23

Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gunawan, I. K., Ari, N., Darmawan, S., Gusti, I., Purnamawati, A., Akuntansi, J., ... Leverage, L. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Bei). *Journal S1 Ak Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Akuntansi Program S1*, 3(1). Retrieved from <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/S1ak/article/viewFile/5272/3998>

Hadri Kusuma. (2006). Dampak Manajemen Laba Terhadap Relevansi Informasi Akuntansi: Bukti Empiris Dari Indonesia. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 8, pp.1-12.

Handayani, Sri dan Agustono Dwi Rachadi, Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol 11, No. 1, April 2009.

Horison, M. Y., dan Y. W. Nugrahanti, 2014, Perbedaan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan antara Perusahaan dengan Manajemen Laba Tinggi dan Rendah, *Seminar Nasional Dan Call For Paper (Sancall 2014): Research Methods And Organizational Studies*, 281-295.

Irawati, S. 2006. *Manajemen Keuangan*. Pustaka : Bandung

Janra, D. M. (2015). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan. *Jurnal Publikasi Univeristas Padang*

Jao, R., & Pagalung, G. (2011). CORPORATE GOVERNANCE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN LEVERAGE Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Akuntansi & Auditing*, 8(1), 43–54. <https://doi.org/10.14710/JAA.V8I1.4346>

Mulford, Charless W. dan Eugene E. Comiskey. 2010. Deteksi Kecurangan Akuntansi The Financial Numbers Game, Jakarta: PPM Manajemen  
Sosiawan, Santhi Yuliana. 2012. Pengaruh Kompensasi, Leverage, Ukuran Perusahaan, Earning Power terhadap Manajemen Laba. *JRAK* Vol. 8, No. 1, Februari.

Perwitasari, D. (2014). Struktur Kepemilikan, Karakteristik Perusahaan, dan Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 5(3), 432–441.

Prasetya, P. J., & Gayatri. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan Pengungkapan Corporate Social Responsibility sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 14,

511–538.

- Salno, H. M., dan Z. Baridwan. 2000. Analisa Perataan Penghasilan (Income Smoothing): Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Kaitannya dengan Kinerja Saham Perusahaan Publik di Indonesia. *Jurnal Riset Akuntansi Indonesia*. Vol. 3. No. 1. Januari: 17-34.
- Sartono,A. (2010). *Manajemen Keuangan Teori dan Aplikasi* (4 th ed.). Yogyakarta: BPFE
- Sembiring, 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung jawab Sosial: Studi Empiris pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Paper Presented at the Seminar Nasional Akuntansi, Solo
- Sudarmadji, A. M., & Sularto, L. (2007). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT(Psikologi, Ekonomi, Sastra, Arsitek & Sipil)*, 2, 53–61.
- Suryani, A., & Herianti, E. (2015). Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba dan Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Simposium Nasional Akuntansi XVIII. Medan*, (September), 1–26.
- Sutikno, F. 2014. Pengaruh Corporate Governance Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Di Industri Perbankan Indonesia. *Jurnal Ilmu & Riset Akuntansi* 3(10)
- Terzaghi, M. T. 2012. Pengaruh Earning Management dan Mekanisme Corporate Governance Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (JENIUS)* 2(1): 31-47.
- Tsoutsoura, Margrita, & Haas. (2004). *Haas School of Business. Haas School of Business University of California at Berkley*.
- Warsono, Sony dkk, 2009, *Corporate Governance Concept and Model*, Yogyakarta: Center of Good Corporate Governance.
- Welvin, I Guna., Arleen Herawati., 2010, Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit dan Faktor lainnya Terhadap Manajemen Laba, *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 1, April:53-68, STIE Trisakti.
- Wibisana, Imas Danar dan Ratnaningsih, Dewi. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Arah Manajemen Laba Studi Pada Perusahaan

Manufaktur yang Terdaftar di BEI 2010-2013. *E-journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*

Yadna, W. P. & P. (2015). Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Leverage Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Manajemen, Universitas Udayana*, 4(8), 2428–2443.



### Lampiran 1 Indeks CSR berdasarkan GRI

<b>Indikator Kinerja Ekonomi</b>
EC1: Perolehan dan distribusi nilai ekonomi langsung, meliputi pendapatan, biaya operasi, imbal jasa karyawan, donasi, dan investasi komunitas lainnya, laba ditahan, dan pembayaran kepada penyandang dana serta pemerintah.
EC2: Implikasi finansial dan risiko lainnya akibat perubahan iklim serta peluangnya bagi aktivitas organisasi.
EC3: Jaminan kewajiban organisasi terhadap program imbalan pasti.
EC4: Bantuan finansial yang signifikan dari pemerintah.
<b>- Aspek Kehadiran Pasar</b>
EC5: Rentang rasio standar upah terendah dibandingkan dengan upah minimum setempat pada lokasi operasi yang signifikan.
EC6: Kebijakan, praktek, dan proporsi pengeluaran untuk pemasok lokal pada lokasi operasi yang signifikan.
EC7: Prosedur penerimaan pegawai lokal dan proporsi manajemen senior lokal yang dipekerjakan pada lokasi operasi yang signifikan.
<b>- Aspek Dampak Ekonomi Tidak Langsung</b>
EC8: Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur serta jasa yang diberikan untuk kepentingan publik secara komersial, natura.
EC9: Pemahaman dan penjelasan dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk seberapa luas dampaknya.
<b>Indikator Kinerja Lingkungan</b>
<b>- Aspek Material</b>
EN1: Penggunaan Bahan; diperinci berdasarkan berat atau volume
EN2: Persentase Penggunaan Bahan Daur Ulang
<b>- Aspek energy</b>
EN3: Penggunaan Energi Langsung dari sumber daya energi primer
EN4: Pemakaian energi tidak langsung berdasarkan sumber primer
EN5: Penghematan energi melalui konservasi dan peningkatan efisiensi
EN6: Inisiatif untuk mendapatkan produk dan jasa berbasis energi efisien atau energi yang dapat diperbarui, serta pengurangan persyaratan kebutuhan energi sebagai akibat dari inisiatif tersebut.
EN7: Inisiatif untuk mengurangi konsumsi energi tidak langsung dan pengurangan yang dicapai
<b>- Aspek Air</b>
EN8: Total pengambilan air per sumber
EN9: Sumber air yang terpengaruh secara signifikan akibat pengambilan air
EN10: Persentase dan total volume air yang digunakan kembali dan didaur ulang
<b>- Aspek Biodiversitas (Keanekaragaman Hayati)</b>
EN11: Lokasi dan Ukuran Tanah yang dimiliki, disewa, dikelola oleh organisasi pelapor yang berlokasi di dalam, atau yang berdekatan dengan daerah yang

diproteksi (dilindungi) atau daerah-daerah yang memiliki nilai keanekaragaman hayati yang tinggi di luar daerah yang diproteksi
EN12: Uraian atas berbagai dampak signifikan yang diakibatkan oleh aktivitas, produk, dan jasa organisasi pelapor terhadap keanekaragaman hayati di daerah yang diproteksi (dilindungi) dan di daerah yang memiliki keanekaragaman hayati bernilai tinggi di luar daerah yang diproteksi (dilindungi)
EN13: Perlindungan dan Pemulihan Habitat
EN14: Strategi, tindakan, dan rencana mendatang untuk mengelola dampak terhadap keanekaragaman hayati
EN15: Jumlah spesies berdasarkan tingkat risiko kepunahan yang masuk dalam Daftar Merah IUCN (IUCN Red List Species) dan yang masuk dalam daftar konservasi nasional dengan habitat di daerah-daerah yang terkena dampak operasi
<b>- Aspek Emisi, Efluen dan Limbah</b>
EN16: Jumlah emisi gas rumah kaca yang sifatnya langsung maupun tidak langsung dirinci berdasarkan berat
EN17: Emisi gas rumah kaca tidak langsung lainnya dirinci berdasarkan berat
EN18: Inisiatif untuk mengurangi emisi gas rumah kaca dan pencapaiannya
EN19: Emisi bahan kimia yang merusak lapisan ozon (ozone-depleting substances/ODS) dirinci berdasarkan berat
EN20: NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> dan emisi udara signifikan lainnya yang dirinci berdasarkan jenis dan berat
EN21: Jumlah buangan air menurut kualitas dan tujuan
EN22: Jumlah berat limbah menurut jenis dan metode Pembuangan
EN23: Jumlah dan volume tumpahan yang signifikan
EN24: Berat limbah yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah yang dianggap berbahaya menurut Lampiran Konvensi Basel I, II, III dan VIII, dan persentase limbah yang diangkut secara internasional
EN25: Identitas, ukuran, status proteksi dan nilai keanekaragaman hayati badan air serta habitat terkait yang secara signifikan dipengaruhi oleh pembuangan dan limpasan air organisasi pelapor
<b>- Aspek Produk dan Jasa</b>
EN26: Inisiatif untuk mengurangi dampak lingkungan produk dan jasa dan sejauh mana dampak pengurangan tersebut
EN27: Persentase produk terjual dan bahan kemasannya yang ditarik menurut kategori
<b>- Aspek Kepatuhan</b>
EN28: Nilai Moneter denda yang signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter atas pelanggaran terhadap hukum dan regulasi lingkungan
<b>- Aspek Pengangkutan/Transportasi</b>

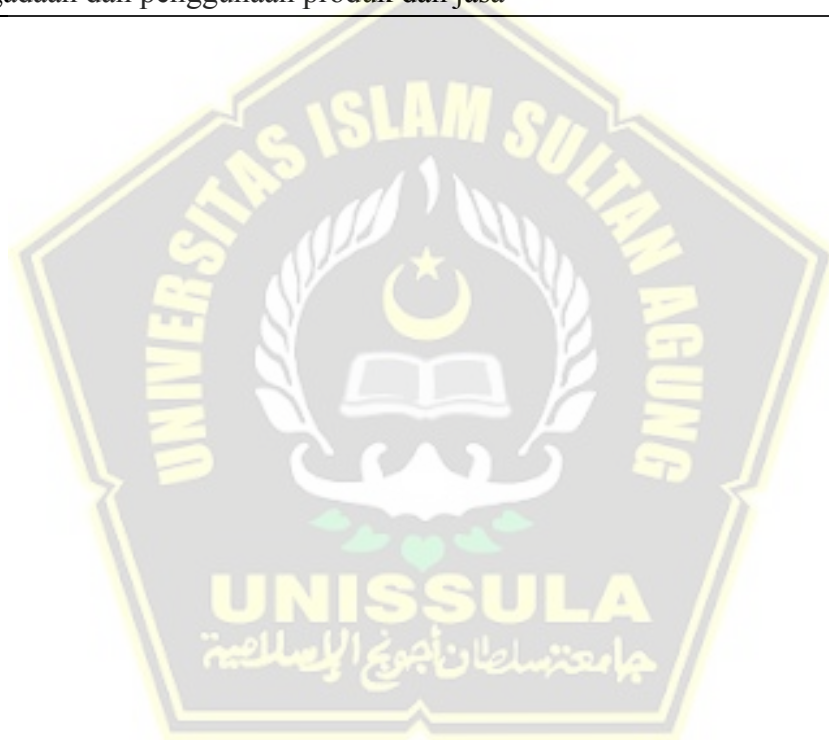
EN29: Dampak lingkungan yang signifikan akibat pemindahan produk dan barang-barang lain serta material yang digunakan untuk operasi perusahaan, dan tenaga kerja yang memindahkan
<b>- Aspek Menyeluruh</b>
EN30: Jumlah pengeluaran untuk proteksi dan investasi lingkungan menurut jenis
<b>Indikator Kinerja Sosial</b>
<b>- Aspek Pekerjaan</b>
LA1: Jumlah angkatan kerja menurut jenis pekerjaan, kontrak pekerjaan dan wilayah
LA2: Jumlah dan tingkat perputaran karyawan menurut kelompok usia, jenis kelamin, dan wilayah
LA3: Manfaat yang disediakan bagi karyawan tetap (purna waktu) yang tidak disediakan bagi karyawan tidak tetap (paruh waktu) menurut kegiatan pokoknya
<b>- Aspek Tenaga Kerja/ Hubungan Manajemen</b>
LA4: Persentase karyawan yang dilindungi perjanjian tawar-menawar kolektif tersebut
LA5: Masa pemberitahuan minimal tentang perubahan kegiatan penting, termasuk apakah hal itu dijelaskan dalam perjanjian kolektif tersebut
<b>- Aspek Kesehatan dan Keselamatan Kerja</b>
LA6: Persentase jumlah angkatan kerja yang resmi diwakili dalam panitia Kesehatan dan Keselamatan antara manajemen dan pekerja yang membantu memantau dan memberi nasihat untuk program keselamatan dan kesehatan jabatan
LA7: Pekerjaan dengan risiko yang keselamatan yang tinggi
LA8: Program pendidikan, pelatihan, penyuluhan/bimbingan, pencegahan, pengendalian risiko setempat untuk membantu para karyawan, anggota keluarga dan anggota masyarakat, mengenai penyakit berat/berbahaya
LA9: Masalah kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian resmi dengan serikat karyawan
<b>- Aspek Pelatihan dan Pendidikan</b>
LA10: Rata-rata jam pelatihan tiap tahun tiap karyawan menurut kategori/kelompok karyawan
LA11: Program untuk pengaturan keterampilan dan pembelajaran sepanjang hayat yang menjangkau kelangsungan pekerjaan karyawan dan membantu mereka dalam mengatur karier
LA12: Persentase karyawan yang menerima peninjauan kinerja dan pengembangan karier secara teratur
<b>- Aspek Keberagaman dan Kesempatan Setara</b>
LA13: Komposisi badan pengelola/penguasa dan perincian karyawan tiap

kategori/kelompok menurut jenis kelamin, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan keanekaragaman indikator lain
<b>- Aspek : kesetaraan remunerasi untuk perempuan dan laki-laki</b>
LA14: Perbandingan/rasio gaji dasar pria terhadap wanita menurut kelompok/kategori karyawan
LA15: Rasio karyawan yang kembali dikerjakan setelah keluar dari perusahaan menurut jenis kelamin
<b>Indikator Hak Asasi Manusia</b>
<b>- Aspek Praktek Investasi dan Pengadaan Perjanjian Hak Asasi Manusia</b>
HR1: Persentase dan jumlah perjanjian investasi signifikan yang memuat klausul HAM atau telah menjalani proses skrining/ filtrasi terkait dengan aspek hak asasi manusia
HR2: Persentase pemasok dan kontraktor signifikan yang telah menjalani proses skrining/ filtrasi atas aspek HAM
HR3: Jumlah waktu pelatihan bagi karyawan dalam hal mengenai kebijakan dan serta prosedur terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi, termasuk persentase karyawan yang telah menjalani pelatihan
<b>- Aspek Nondiskriminasi</b>
HR4: Jumlah kasus diskriminasi yang terjadi dan tindakan yang diambil/dilakukan
<b>- Aspek Kebebasan Berserikat dan Berunding Bersama Berkumpul</b>
HR5: Segala kegiatan berserikat dan berkumpul yang diteridentifikasi dapat menimbulkan risiko yang signifikan serta tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
<b>- Aspek Pekerja Anak</b>
HR6: Kegiatan yang identifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan terjadinya kasus pekerja anak, dan langkah-langkah yang diambil untuk mendukung upaya penghapusan pekerja anak
<b>- Aspek Kerja Paksa dan Kerja Wajib</b>
HR7: Kegiatan yang teridentifikasi mengandung risiko yang signifikan dapat menimbulkan kasus kerja paksa atau kerja wajib, dan langkah-langkah yang telah diambil untuk mendukung upaya penghapusan kerja paksa atau kerja wajib
<b>- Aspek Praktek/ Tindakan Pengamanan</b>
HR8: Persentase personel penjaga keamanan yang terlatih dalam hal kebijakan dan prosedur organisasi terkait dengan aspek HAM yang relevan dengan kegiatan organisasi
<b>- Aspek HAM Penduduk Asli</b>
HR9: Jumlah kasus pelanggaran yang terkait dengan hak penduduk asli dan langkah-langkah yang diambil
<b>- Aspek Penilaian</b>
HR10 : Persentase dan jumlah total pelaksanaan penilaian atau peninjauan yang

berhubungan dengan hak asasi manusia
<b>- Aspek Remediasi</b>
HR11: Jumlah keluhan mengenai hak asasi manusia yang telah diselesaikan oleh mekanisme keluhan
<b>- Aspek Komunitas</b>
S01: Sifat dasar, ruang lingkup, dan keefektifan setiap program dan praktek yang dilakukan untuk menilai dan mengelola dampak operasi terhadap masyarakat, baik pada saat memulai, pada saat beroperasi, dan pada saat mengakhiri
S02: operasi yang berpotensi atau memberikan dampak negatif kepada KomunitasLocal
S03: upaya pencegahan dan peringatan terhadap penerapan potensi operasi yang berpotensi atau memberikan dampak negatif kepada komunitas lokal.
<b>- Aspek Korupsi</b>
S04: Persentase dan jumlah unit usaha yang memiliki risiko terhadap korupsi
S05: Persentase pegawai yang dilatih dalam kebijakan dan prosedur antikorupsi
S06: Tindakan yang diambil dalam menanggapi kejadian korupsi
<b>- Aspek Kebijakan Publik</b>
S07: Kedudukan kebijakan publik dan partisipasi dalam proses melobi dan pembuatan kebijakan public
S08: Nilai kontribusi finansial dan natura kepada partai politik, politisi, dan institusi terkait berdasarkan negara di mana perusahaan beroperasi
<b>- Aspek Kelakuan Tidak Bersaing</b>
S09: Jumlah tindakan hukum terhadap pelanggaran ketentuan antipersaingan, anti- trust, dan praktek monopoli serta sanksinya
<b>- Aspek Kepatuhan</b>
S010: Nilai uang dari denda signifikan dan jumlah sanksi nonmoneter untuk pelanggaran hukum dan peraturan yang dilakukan
<b>- Aspek Kesehatan dan Keamanan Pelanggan</b>
PR1: Tahapan daur hidup di mana dampak produk dan jasa yang menyangkut kesehatan dan keamanan dinilai untuk penyempurnaan, dan persentase dari kategori produk dan jasa yang penting yang harus mengikuti prosedur tersebut
PR2: Jumlah pelanggaran terhadap peraturan dan etika mengenai dampak kesehatan dan keselamatan suatu produk dan jasa selama daur hidup, per produk
<b>- Aspek Pemasangan Label bagi Produk dan Jasa</b>
PR3: Jenis informasi produk dan jasa yang dipersyaratkan oleh prosedur dan persentase produk dan jasa yang signifikan yang terkait dengan informasi yang dipersyaratkan tersebut
PR4: Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes mengenai penyediaan informasi produk dan jasa serta pemberian label, per produk
PR5: Praktek yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan termasuk hasil survei



yang mengukur kepuasan pelanggan
<b>- Aspek Komunikasi Pemasaran</b>
PR6: Program-program untuk ketaatan pada hukum, standar dan voluntary codes yang terkait dengan komunikasi pemasaran, termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship
PR7: Jumlah pelanggaran peraturan dan voluntary codes sukarela mengenai komunikasi pemasaran termasuk periklanan, promosi, dan sponsorship, menurut produknya
<b>- Aspek Keleluasaan Pribadi (privacy) Pelanggan</b>
PR8: Jumlah keseluruhan dari pengaduan yang berdasar mengenai pelanggaran keleluasaan pribadi (privacy) pelanggan dan hilangnya data pelanggan
<b>- Aspek Kepatuhan</b>
PR9: Nilai moneter dari denda pelanggaran hukum dan peraturan mengenai pengadaan dan penggunaan produk dan jasa



### Lampiran 2 Data Penelitian

No	Tahun	Kode	SIZE	ROA	CSR	ML
1	2015	ADES	27,20519	5,02722	0,16484	0,03866
2	2015	AKPI	28,68990	0,95884	0,14286	0,06435
3	2015	ALDO	26,62593	6,57880	0,09890	0,06715
4	2015	AMFG	29,08270	7,99354	0,26374	0,03539
5	2015	ARNA	27,98924	4,97700	0,18681	0,02302
6	2015	ASII	33,13405	6,36136	0,35165	-0,04068
7	2015	AUTO	30,29401	2,25050	0,32967	-0,02552
8	2015	BATA	27,40193	16,28647	0,16484	0,15056
9	2015	BUDI	28,81457	0,64520	0,23077	0,01501
10	2015	CEKA	28,02699	7,17106	0,15385	-0,02853
11	2015	DLTA	27,66863	18,49573	0,25275	-0,02246
12	2015	DVLA	27,95040	7,83958	0,25275	-0,09075
13	2015	GGRM	31,78215	10,16108	0,27473	0,06761
14	2015	ICBP	30,91045	11,00557	0,18681	-0,01180
15	2015	IGAR	26,67374	13,39186	0,10989	-0,06294
16	2015	INAI	27,91639	2,15113	0,43956	-0,03745
17	2015	INCI	25,85639	10,00357	0,08791	-0,05970
18	2015	INDF	32,15098	3,51918	0,29670	0,00633
19	2015	INDS	28,56865	7,57194	0,25275	0,06895
20	2015	INTP	30,95023	15,76310	0,27473	0,01552
21	2015	JECC	27,93738	0,18143	0,10989	-0,02127
22	2015	KAEF	28,80543	7,81690	0,26374	0,02385
23	2015	KBLI	28,07044	7,43466	0,16484	0,05118
24	2015	KDSI	27,79407	0,97448	0,10989	0,06597
25	2015	KLBF	30,24816	15,02360	0,48352	-0,02454
26	2015	LION	27,18369	7,19795	0,12088	-0,00946
27	2015	LMSH	25,61948	1,45343	0,10989	-0,00317
28	2015	MERK	27,18730	22,21556	0,12088	-0,03336
29	2015	MLBI	28,37336	23,65273	0,29670	-0,14850
30	2015	MYOR	30,05960	11,02235	0,15385	-0,09498
31	2015	PICO	27,12980	2,47205	0,15385	-0,06600
32	2015	PYFA	25,79814	1,93002	0,38462	-0,04148
33	2015	RDTX	28,25811	13,81595	0,17582	0,01299
34	2015	RICY	27,81184	1,12383	0,10989	-0,08504
35	2015	ROTI	28,62661	9,99654	0,24176	-0,11291
36	2015	SCCO	28,20378	8,97387	0,12088	-0,01335
37	2015	SKBM	27,36247	5,25198	0,35165	0,00568
38	2015	SKLT	26,65580	5,32119	0,17582	-0,02778
39	2015	SMGR	31,27263	11,86126	0,27473	-0,05149
40	2015	SMSM	28,42858	20,77858	0,38462	-0,03471

41	2015	SRSN	27,07602	2,70084	0,09890	0,20052
42	2015	TOTO	28,52283	11,69223	0,24176	0,03934
43	2015	TRST	28,84218	0,75399	0,26374	-0,00897
44	2015	TSPC	29,46914	8,42071	0,10989	-0,04428
45	2015	ULTJ	28,89515	14,77686	0,25275	-0,04950
46	2015	UNVR	30,38659	37,20169	0,25275	-0,02079
47	2015	WIIM	27,92570	9,76250	0,26374	0,04590
48	2016	ADES	27,36638	7,29023	0,16484	-0,10542
49	2016	AKPI	28,59263	2,00325	0,14286	-0,09842
50	2016	ALDO	26,74023	6,14870	0,29670	-0,05279
51	2016	AMFG	29,33666	4,73114	0,27473	0,01287
52	2016	ARNA	28,06489	5,86327	0,18681	0,00698
53	2016	ASII	33,19881	5,78794	0,35165	0,00723
54	2016	AUTO	30,31288	2,86200	0,32967	-0,04251
55	2016	BATA	27,41379	5,24785	0,16484	0,04374
56	2016	BUDI	28,70664	1,14779	0,23077	-0,07826
57	2016	CEKA	27,98587	17,51075	0,15385	0,01215
58	2016	DLTA	27,81150	21,18268	0,25275	-0,01332
59	2016	DVLA	28,05718	9,93123	0,25275	-0,02008
60	2016	GGRM	31,77339	10,60669	0,27473	-0,00057
61	2016	ICBP	30,99493	12,56421	0,18681	-0,03390
62	2016	IGAR	26,75696	16,61000	0,10989	-0,00693
63	2016	INAI	27,92297	2,65512	0,24176	0,16195
64	2016	INCI	26,31928	3,70848	0,08791	0,12506
65	2016	INDF	30,99493	14,34011	0,29670	-0,03299
66	2016	INDS	28,53818	2,00819	0,46154	-0,03500
67	2016	INTP	31,05139	12,65613	0,27473	0,04174
68	2016	JECC	28,09300	8,34314	0,18681	-0,05069
69	2016	KAEF	29,15980	5,79752	0,26374	0,02934
70	2016	KBLI	28,19788	18,96723	0,16484	-0,02748
71	2016	KDSI	27,76404	4,12575	0,10989	-0,02330
72	2016	KLBF	30,35403	15,10399	0,25275	0,01387
73	2016	LION	27,25387	6,17448	0,12088	-0,00605
74	2016	LMSH	25,81596	3,84013	0,10989	0,02488
75	2016	MERK	27,33522	20,67961	0,12088	0,16787
76	2016	MLBI	28,45302	43,15642	0,29670	-0,12785
77	2016	MYOR	30,14770	11,21036	0,15385	0,05406
78	2016	PICO	27,09479	2,35122	0,15385	0,01953
79	2016	PYFA	25,84164	3,08047	0,14286	0,01326
80	2016	RDTX	28,37379	12,37107	0,17582	0,00875
81	2016	RICY	27,88464	0,89017	0,10989	-0,05716
82	2016	ROTI	28,70248	9,58260	0,24176	-0,03573
83	2016	SCCO	28,52708	13,89801	0,12088	-0,11528

84	2016	SKBM	27,63268	2,25082	0,25275	0,08557
85	2016	SKLT	27,06581	3,63172	0,18681	0,06129
86	2016	SMGR	31,42035	10,22363	0,27473	0,01717
87	2016	SMSM	28,44406	20,08591	0,35165	-0,04489
88	2016	SRSN	27,29855	1,54167	0,37363	-0,16015
89	2016	TOTO	28,57976	6,52734	0,24176	-0,03608
90	2016	TRST	28,82209	1,02701	0,27473	-0,03198
91	2016	TSPC	29,51594	8,14287	0,14286	0,00266
92	2016	ULTJ	29,07540	16,56818	0,29670	-0,01821
93	2016	UNVR	30,44916	38,16307	0,25275	-0,01605
94	2016	WIIM	27,93381	7,85222	0,26374	-0,00101
95	2017	ADES	27,45695	4,55134	0,17582	-0,03138
96	2017	AKPI	28,64092	0,48570	0,15385	-0,02483
97	2017	ALDO	26,93527	5,82220	0,30769	0,04533
98	2017	AMFG	29,46645	0,61535	0,28571	-0,02155
99	2017	ARNA	28,10187	7,63007	0,19780	-0,06981
100	2017	ASII	33,32018	7,83538	0,36264	-0,00121
101	2017	AUTO	30,32310	3,71067	0,34066	0,01584
102	2017	BATA	27,47518	6,27030	0,17582	0,02050
103	2017	BUDI	28,70925	15,50256	0,24176	0,15898
104	2017	CEKA	27,96222	7,71349	0,16484	-0,07539
105	2017	DLTA	27,92432	20,86543	0,26374	-0,04968
106	2017	DVLA	28,12626	9,88791	0,26374	-0,04178
107	2017	GGRM	31,83212	11,61677	0,28571	-0,00553
108	2017	ICBP	31,08480	11,20565	0,19780	-0,04992
109	2017	IGAR	26,96359	14,10789	0,12088	-0,02035
110	2017	INAI	27,82487	3,18405	0,25275	0,01520
111	2017	INCI	26,43960	5,44928	0,09890	0,00645
112	2017	INDF	32,10767	5,85069	0,30769	-0,00611
113	2017	INDS	28,52081	4,66766	0,47253	-0,07631
114	2017	INTP	30,99361	6,47464	0,28571	-0,00827
115	2017	JECC	28,28750	4,32344	0,19780	0,00068
116	2017	KAEF	28,28750	17,20488	0,27473	0,07586
117	2017	KBLI	28,73421	11,91117	0,17582	0,23845
118	2017	KDSI	27,91491	5,19202	0,12088	0,09107
119	2017	KLBF	30,44140	14,76418	0,26374	0,03885
120	2017	LION	27,24820	1,36126	0,13187	0,00966
121	2017	LMSH	25,80568	8,04594	0,12088	-0,04591
122	2017	MERK	27,46497	17,08101	0,13187	0,02045
123	2017	MLBI	28,55133	52,67036	0,29670	0,02614
124	2017	MYOR	30,33345	10,93437	0,16484	0,03329
125	2017	PICO	27,30285	2,33594	0,16484	0,03614
126	2017	PYFA	25,79571	4,46680	0,15385	-0,07001

127	2017	RDTX	28,45540	10,82718	0,18681	-0,00479
128	2017	RICY	27,94907	88,87364	0,12088	0,76028
129	2017	ROTI	29,14825	2,96879	0,25275	-0,05120
130	2017	SCCO	29,02087	6,71933	0,13187	0,14368
131	2017	SKBM	28,11531	1,59458	0,26374	0,11460
132	2017	SKLT	27,17891	3,61011	0,19780	0,04484
133	2017	SMGR	31,52210	3,48748	0,28571	0,00321
134	2017	SMSM	28,52439	22,73068	0,36264	0,04051
135	2017	SRSN	27,20442	2,71148	0,38462	-0,09015
136	2017	TOTO	28,67006	9,86863	0,25275	-0,04542
137	2017	TRST	28,83487	11,64748	0,28571	0,06931
138	2017	TSPC	29,63721	7,49626	0,15385	0,00940
139	2017	ULTJ	29,27717	13,72063	0,29670	-0,07693
140	2017	UNVR	30,57052	37,04860	0,26374	0,01980
141	2017	WIIM	27,83454	3,31153	0,27473	0,19051



### Lampiran 3 Statistik Deskriptif

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
SIZE	141	25,61948	33,32018	28,5895935	1,61690127
ROA	141	,18143	88,87364	10,0195538	10,78549291
CSR	141	,08791	,48352	,2237561	,08770884
ML	141	-,16015	,76028	,0051556	,09220097
Valid N (listwise)	141				



## Lampiran 4 Hasil Uji Asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Normalitas

#### Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov* Sebelum *Outlier* dihilangkan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual 1	Unstandardized Residual 2
N		141	141
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	,07883988	,08245471
Most Extreme Differences	Absolute	,080	,112
	Positive	,079	,112
	Negative	-,080	-,055
Test Statistic		,080	,112
Asymp. Sig. (2-tailed)		,026 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

#### Hasil Uji *Kolmogorov Smirnov* Setelah *Outlier* dihilangkan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual 6	Unstandardized Residual 5
N		134	137
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	,06148865	,05840860
Most Extreme Differences	Absolute	,062	,070
	Positive	,062	,070
	Negative	-,037	-,054
Test Statistic		,062	,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>	,097 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### 2. Hasil Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	SIZE	,992	1,008
	ROA	,992	1,008

a. Dependent Variable: CSR

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
2	(Constant)		
	SIZE	,798	1,253
	ROA	,970	1,031
	CSR	,808	1,238

a. Dependent Variable: ML

### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

#### Hasil Uji *Glejser* Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	,143	,054		2,628	,010
	SIZE	-,003	,002	-,156	-1,821	,071
	ROA	,001	,000	,169	1,970	,051

a. Dependent Variable: ABS\_RES\_6

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
2	(Constant)	,170	,061		2,813	,006
	SIZE	-,004	,002	-,178	-1,889	,061
	ROA	,000	,000	,080	,931	,353
	CSR	-,040	,042	-,090	-,955	,341

a. Dependent Variable: ABS\_RES\_5

### 4. Hasil Uji Autokorelasi

#### Hasil Uji *Runs* Runs Test

	Unstandardized Residual 6	Unstandardized Residual 5
Test Value <sup>a</sup>	-,00679	-,00215
Cases < Test Value	67	68
Cases >= Test Value	67	69
Total Cases	134	137
Number of Runs	76	59
Z	1,387	-1,800
Asymp. Sig. (2-tailed)	,165	,072

a. Median



## Lampiran 5 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	ROA, SIZE <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: CSR

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,578 <sup>a</sup>	,334	,324	,06195625	2,325

a. Predictors: (Constant), ROA, SIZE

b. Dependent Variable: CSR

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,252	2	,126	32,839	,000 <sup>b</sup>
	Residual	,503	131	,004		
	Total	,755	133			

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), ROA, SIZE

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,546	,095		-5,758	,000
	SIZE	,026	,003	,569	7,943	,000
	ROA	,000	,000	,063	,883	,379

a. Dependent Variable: CSR

### Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	SIZE	ROA
1	1	2,594	1,000	,00	,00	,05
	2	,404	2,533	,00	,00	,94
	3	,002	40,400	1,00	1,00	,00

a. Dependent Variable: CSR

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	,1299815	,3357911	,2130566	,04353800	134
Std. Predicted Value	-1,908	2,819	,000	1,000	134
Standard Error of Predicted Value	,005	,039	,008	,004	134
Adjusted Predicted Value	,1307383	,3337060	,2135319	,04412705	134
Residual	-,12462337	,17405957	,00000000	,06148865	134
Std. Residual	-2,011	2,809	,000	,992	134
Stud. Residual	-2,271	2,828	-,003	1,008	134
Deleted Residual	-,18226202	,17638142	-,00047523	,06378669	134
Stud. Deleted Residual	-2,308	2,907	-,002	1,016	134
Mahal. Distance	,001	52,754	1,985	4,934	134
Cook's Distance	,000	1,166	,014	,101	134
Centered Leverage Value	,000	,397	,015	,037	134

a. Dependent Variable: CSR

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	CSR, ROA, SIZE <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: ML

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,179 <sup>a</sup>	,032	,010	,05906367	1,699

a. Predictors: (Constant), CSR, ROA, SIZE

b. Dependent Variable: ML

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,015	3	,005	1,464	,227 <sup>b</sup>
	Residual	,464	133	,003		
	Total	,479	136			

a. Dependent Variable: ML

b. Predictors: (Constant), CSR, ROA, SIZE

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	-,060	,094		-,645	,520
	SIZE	,003	,003	,084	,878	,382
	ROA	,000	,001	-,031	-,363	,717
	CSR	-,131	,064	-,194	-2,038	,043

a. Dependent Variable: ML

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigen value	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	SIZE	ROA	CSR
1	1	3,557	1,000	,00	,00	,02	,01
	2	,357	3,158	,00	,00	,96	,02
	3	,084	6,490	,01	,00	,00	,83
	4	,001	50,948	,99	1,00	,01	,14

a. Dependent Variable: ML

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-,0364282	,0131589	-,0048381	,01061511	137
Std. Predicted Value	-2,976	1,695	,000	1,000	137
Standard Error of Predicted Value	,005	,027	,009	,004	137
Adjusted Predicted Value	-,0365083	,0150054	-,0047265	,01069091	137
Residual	-,13363892	,16952230	,00000000	,05840860	137
Std. Residual	-2,263	2,870	,000	,989	137
Stud. Residual	-2,329	2,891	-,001	1,003	137
Deleted Residual	-,14163266	,17196722	-,00011161	,06007226	137
Stud. Deleted Residual	-2,369	2,975	,001	1,014	137
Mahal. Distance	,036	26,622	2,978	3,529	137
Cook's Distance	,000	,137	,007	,017	137
Centered Leverage Value	,000	,196	,022	,026	137

a. Dependent Variable: ML