

## ***CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, UKURAN, DAN KINERJA KEUANGAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL MEDIASI***

Warsito Kawedar<sup>1)</sup>, Mohammad Fahmi Shodiq<sup>1)</sup>, RR. Sri Handayani<sup>1)</sup>

<sup>1)</sup>Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

Korespondensi: [warsitokawedar@lecturer.undip.ac.id](mailto:warsitokawedar@lecturer.undip.ac.id)

**ABSTRACT:** *The development of technology and information in the era of globalization has increased public awareness of the role of companies in the environment. Many companies have provided welfare for people's lives. However, the company's activities in running its business will also not be separated from the negative impact on the company's environment. The purpose of this study was determined the effect of corporate social responsibility (CSR) and firm size on earnings management and financial performance and viewed the effectiveness of earnings management as a mediating variable. The population in this study were all manufacturing companies listed on the IDX in 2015-2019, which were 129 companies. Sampling used a purposive sampling and judgment sampling approach, namely the sample had reported complete financial statements for three consecutive periods. Measurement of CSR disclosure refers to the Global Reporting Initiative (GRI) instrument, company size is measured by total assets, financial performance is measured by ROA, and earnings management is measured using the Jones model. Hypothesis testing analysis technique use multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that CSR disclosure has a negative and insignificant effect on earnings management and financial performance. However, firm size has a positive and significant effect on earnings management and financial performance. Another finding is that earnings management is able to mediate the effect of firm size on performance.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Firm Size, Financial Performance, Earnings Managemen*

**ABSTRAK:** Perkembangan teknologi dan informasi pada era globalisasi semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan peran perusahaan terhadap lingkungan. Banyak perusahaan yang sudah memberikan kesejahteraan bagi kehidupan masyarakat. Namun aktifitas perusahaan dalam menjalankan bisnisnya juga tidak akan lepas dari dampak negatif bagi lingkungan perusahaan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dan kinerja keuangan serta untuk mengetahui keefektifan manajemen laba sebagai variabel mediasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur yang listing di BEI pada tahun 2015-2019 yaitu sebanyak 129 perusahaan. Pengambilan sampel menggunakan pendekatan *purposive sampling* dan *judgement sampling* yaitu sampel telah melaporkan laporan keuangan secara lengkap selama tiga periode berturut-turut. Pengukuran pengungkapan CSR mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative* (GRI), ukuran perusahaan diukur dengan total aset, kinerja keuangan diukur dengan ROA, dan *earning management* menggunakan model Jones. Teknik analisis pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa CSR berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba dan kinerja keuangan. Namun, ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba dan kinerja keuangan. Temuan lainnya adalah manajemen laba mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja.

**Kata Kunci :** *Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, Kinerja Keuangan, Manajemen Laba*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi pada era globalisasi semakin meningkatkan kesadaran masyarakat akan peran perusahaan pada lingkungan. Aktifitas perusahaan dalam menjalankan suatu bisnis akan menyisakan residu yang berbahaya bagi lingkungan. Residu korporasi tersebut dapat membawa dampak terhadap kualitas kehidupan individu, masyarakat, dan kehidupan lainnya. Setiap perusahaan mempunyai tanggung jawab bagi para pemangku kepentingan baik eksternal dan internal. Pemangku kepentingan eksternal antara lain masyarakat, konsumen, pemerintah, kreditor, pemilik saham, dan pemasok, sedangkan pemangku kepentingan internal yaitu karyawan (Yaparto, 2013).

Di sisi lain, perusahaan agar mampu *survive* perlu memperhatikan kinerja keuangannya. Kinerja keuangan merupakan capaian yang diperoleh oleh suatu perusahaan dalam periode tertentu yang menggambarkan kondisi keberhasilan dengan berbagai ukuran yang telah disepakati dengan mengacu pada standar yang ditetapkan. Kinerja dan perkembangan keuangan perusahaan dapat dilihat dari kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, melunasi kewajiban-kewajibannya, dan keefektifan perusahaan dalam menggunakan sumber daya yang ada beserta modal kerja yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Seiring perkembangan dunia bisnis yang pesat, pihak manajemen harus semakin kreatif menciptakan inovasi-inovasi dalam mempertahankan kelangsungan perusahaan, apalagi di kondisi perekonomian Indonesia yang cenderung fluktuatif. Persaingan usaha dalam industri sejenis juga diperkirakan akan semakin tajam. Hal-hal tersebut akan sangat mempengaruhi kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan.

Salah satu ukuran kinerja keuangan sebuah perusahaan adalah profitabilitas yang diproksikan dengan Return on Asset (ROA). Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk kemakmuran pemegang saham. Rata-rata nilai ROA perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia menunjukkan rasio yang fluktuatif yaitu ROA tahun 2015 sebesar

4,55%, tahun 2016 naik sebesar 7,31%, tahun 2017 turun menjadi sebesar 6,06%, tahun 2018 turun menjadi sebesar 5,89%, dan tahun 2019 turun lagi menjadi sebesar 5,67%. Penurunan ROA tersebut menjadi masalah bagi perusahaan. Banyak aspek yang dapat mempengaruhi ROA, seperti tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) dan ukuran perusahaan.

Herdita (2019) menyatakan, bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap profitabilitas. CSR mencakup spektrum yang luas. CSR muncul dari kebutuhan untuk mengatasi perilaku perusahaan yang terkait isu-isu sosial seperti pelanggaran lingkungan, ketenagakerjaan dan hak asasi manusia di luar perusahaan. CSR dipandang sebagai tindakan sukarela yang diambil oleh suatu perusahaan bisnis untuk mengatasi masalah tersebut. CSR juga terkait dengan kegiatan filantropi dan amal yang dilakukan perusahaan untuk memberikan kesan, bahwa perusahaan atau institusinya berbuat baik kepada masyarakat. Pelaksanaan aktivitas CSR menunjukkan kepedulian perusahaan kepada stakeholder internal dan stakeholder eksternal dalam upaya perbaikan atas dampak aktivitas perusahaan dalam segi sosial, lingkungan, dan ekonomi. Pelaksanaan aktivitas CSR dapat diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan keberlangsungan perusahaan yang mengandung informasi keterlibatan perusahaan bertanggung jawab terhadap lingkungan sekitarnya. Menurut teori legitimasi, perusahaan terikat oleh kontrak sosial implisit dengan pemangku kepentingan. Oleh karena itu, jawab perusahaan dalam menjalankan bisnis atas dasar kepercayaan dan etika dengan melaksanakan tanggung jawab sosial dan mendapatkan pengakuan dalam masyarakat.

Ukuran perusahaan juga mempengaruhi kinerja keuangan. Perusahaan yang memiliki aset yang besar maka perusahaan memiliki kesempatan untuk memperoleh laba lebih besar. Kalsum (2017) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan, sedangkan Astuti et. al. (2017) tidak menunjukkan pengaruh signifikan.

Tujuan utama dari laporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan yang mencakup perubahan unsur-unsur laporan

keuangan yang ditujukan untuk banyak pihak termasuk pihak manajemen atas kinerjanya. Salah satu informasi penting yang menjadi perhatian dalam laporan keuangan adalah laba. Adanya kecenderungan perhatian yang lebih terhadap laba membuat manajer terkadang melakukan intervensi terhadap laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Manajemen laba bisa bermanfaat jika menandakan nilai jangka panjang namun dapat berakibat buruk jika menyembunyikan nilai jangka pendek. Pengaruh *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba (Ardiani dan Sudana, 2018) dan kinerja keuangan (Herdita, 2019).

Adanya aktivitas tanggung jawab sosial ini dapat membuat pihak manajemen yang berada dalam perusahaan lebih leluasa untuk melakukan praktik manajemen laba, karena dengan dilakukannya kegiatan CSR akan membuat respon positif di mata investor maupun masyarakat sehingga dapat menutupi kecurangan-kecurangan yang telah dilakukan pihak manajer (Ardiani dan Sudana, 2018). Penelitian Ernford dan Voigt (2018) mendapatkan hasil bahwa pengungkapan CSR terhadap manajemen laba memiliki pengaruh negatif dan signifikan. Herdita (2019) memberikan hasil risetnya, yaitu pelaporan CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Hasil yang berbeda dengan Yparto (2013) bahwa pelaporan CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan. Manajemen laba juga dipengaruhi ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan mempengaruhi terjadinya manajemen laba karena semakin besar suatu perusahaan harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan. Perusahaan cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang. Frans (2015) dan Lanouar *et al.* (2013) menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba, sedangkan Susanti dan Margarita (2019) tidak menunjukkan pengaruh signifikan. Penelitian ini ingin mengetahui pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* dan ukuran

perusahaan terhadap manajemen laba dan kinerja keuangan serta ingin melihat peran mediasi dari variabel manajemen laba.

### **Kerangka Teoritis dan Pengembangan Hipotesis**

Teori keagenan merupakan suatu model kontraktual (*nexus of contract*) antara dua atau lebih individu (para pihak). Salah satu pihak disebut sumber daya ekonomi (*principal*) sedangkan pihak lainnya disebut manager (*agent*) yang mengelola penggunaan dan pengendalian sumberdaya tersebut. Dalam teori ini *principal* mendelegasikan tanggung jawab dalam pengambilan keputusan bisnis kepada *agent* sesuai dengan kontrak kerja yang telah disepakati.

Hubungan antara *principal* dan *agent* dapat mengarah pada kondisi ketidakseimbangan informasi. Pihak agen memiliki lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja dan perusahaan secara keseluruhan dibandingkan *principal*. Ketidakseimbangan informasi inilah yang dikenal sebagai asimetri informasi. Ada dua jenis asimetri informasi yaitu *Adverse Selection* dan *Moral Hazard* (Scoot, 2015). *Adverse Selection* adalah kondisi dengan pihak internal/ manajemen pada umumnya lebih banyak mengetahui mengenai keadaan dan kondisi perusahaan dibandingkan pihak eksternal. Dalam hal ini biasanya pihak internal hanya menyampaikan sekedar informasi yang menurut mereka baik atau mereka merahasiakannya/ mereka tidak menyampaikan informasi penting lainnya yang dibutuhkan oleh pihak eksternal yaitu investor atau pemegang saham dalam pengambilan keputusan. *Moral Hazard* merupakan kondisi dengan pihak manajer melakukan aktivitas di dalam perusahaan yang tidak diketahui oleh para pemegang saham. Dalam hal ini biasanya pihak manajemen dapat melakukan aktivitas apapun diluar sepengetahuan pemegang saham. Aktivitas tersebut merupakan sebuah bentuk pelanggaran karena tidak sesuai dengan pekerjaan utama yang seharusnya dijalankannya. Hal ini sebenarnya tidak layak secara etika untuk dilakukan.

Teori lain yang dijadikan referensi penelitian ini adalah teori legitimasi. Teori legitimasi (*Legitimacy theory*) berfokus pada interaksi antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan, bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat

sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin terlegitimasi. Legitimasi adalah sebuah perikatan sosial antara perusahaan dengan masyarakat karena perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi. Burlea dan Popa (2013) memberikan penjelasan tentang konsep kontrak sosial, yaitu: semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit. Kelangsungan hidup pertumbuhan perusahaan didasarkan pada hasil akhir yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas dan distribusi manfaat ekonomi, sosial atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Burlea dan Popa, (2013) menyatakan bahwa legitimasi perusahaan akan diperoleh, jika terdapat kesamaan antara hasil dengan yang diharapkan oleh masyarakat dari perusahaan, sehingga tidak ada tuntutan dari masyarakat. Perusahaan dapat melakukan pengorbanan sosial sebagai refleksi dari perhatian perusahaan terhadap masyarakat. Di dalam lingkungan masyarakat, nilai-nilai sosial selalu berkembang seiring berjalannya waktu, untuk itu maka perusahaan diharapkan selalu menyesuaikan nilai-nilai yang dimilikinya dengan nilai-nilai lingkungan masyarakat agar tidak terjadi legitimasi gap antara keduanya. Kesenjangan legitimasi dapat terjadi karena tiga alasan. Pertama, ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tidak berubah. Kedua, kinerja perusahaan berubah namun harapan masyarakat tidak berubah. Ketiga, kinerja perusahaan dan harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah kearah yang berbeda. Agar selalu mendapatkan legitimasi maka organisasi perusahaan harus mengkomunikasikan aktivitas lingkungan dengan melakukan pengungkapan lingkungan sosial. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan, meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima (Burleas dan Popa, 2013).

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan atau menurunkan laba bersih yang akan dilaporkan pada laporan keuangan. Seperti yang telah

dijelaskan melalui teori keagenan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen sebagai agen dan pemilik perusahaan sebagai prinsipal. Konflik tersebut timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau memenuhi tingkat kemakmuran yang dikehendakinya. Pemilik sebagai prinsipal mempekerjakan manajer agar melakukan tugasnya yang semata-mata untuk kepentingan prinsipal (Ardiani dan Sudana, 2018). Kuatnya informasi mengenai perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen, membuat manajer memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba. Tindakan manajemen laba dapat mengakibatkan laporan keuangan menjadi tidak akurat sehingga pihak investor maupun pihak yang menggunakan laporan keuangan tersebut tidak menerima informasi yang akurat mengenai perusahaan tersebut.

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 karena perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan lancar. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya. Ernfjord dan Voigt (2018) menyatakan pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih terpercaya bagi pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan. Perusahaan yang mengungkapkan banyak 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. Hal ini mengakibatkan adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dengan manajemen laba (Ardiani dan Sudana, 2018; Ernfjord dan Voigt, 2018). Pengungkapan tanggung jawab sosial akan membuat pelaporan keuangan menjadi transparan sehingga mendorong manajer untuk mengurangi praktik

manajemen laba. Berdasarkan uraian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H1: *Corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan ke dalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari total aktiva perusahaan pada akhir tahun yang dapat menggambarkan besar kecilnya perusahaan. Besar kecilnya usaha tersebut dilihat dari lapangan usaha yang dijalankan. Penentuan besar kecilnya perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total penjualan, total aset, rata-rata tingkat penjualan. Perusahaan yang berukuran besar mempunyai kelebihan dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Pertama, ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh modal. Kedua, ukuran perusahaan dapat mempengaruhi kekuatan tawar-menawar (*bargaining power*). Ketiga, perusahaan besar dapat menekan biaya sehingga akan memperoleh laba yang lebih besar.

Ukuran perusahaan merupakan suatu indikator yang dapat menunjukkan, suatu kondisi atau karakteristik suatu organisasi atau perusahaan. Terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan ukuran (besar/kecilnya) suatu perusahaan, seperti jumlah karyawan untuk melakukan aktivitas operasional perusahaan, jumlah aktiva yang dimiliki perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode, serta jumlah saham yang beredar. Frans (2015), Lanouar *et al.*, (2013) menunjukkan adanya pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Perusahaan yang besar mampu mengurangi manajemen laba. Berdasarkan uraian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

Investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan tahunan. Perusahaan perlu untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Tanggung jawab sosial merupakan klaim stakeholders agar perusahaan tidak

hanya beroperasi untuk kepentingan para pemegang saham (*shareholders*), tapi juga untuk kemaslahatan pihak *stakeholders* dalam praktik bisnis yaitu para pekerja, komunitas lokal pemerintah, Lembaga swadaya masyarakat (LSM), komunitas dan lingkungan. Herdita (2019) menjelaskan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah operasi bisnis yang dilakukan perusahaan yang berkomitmen untuk tidak hanya meningkatkan keuntungan secara finansial, melainkan pula untuk pembangunan sosial ekonomi.

Gangguan pada perusahaan yang terjadi dari pihak luar mengakibatkan lingkungan kerja yang tidak kondusif bahkan dapat menghentikan kegiatan perusahaan. Masyarakat akan memberikan respon dan kesan yang positif apabila perusahaan dapat menunjukkan tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Fenomena ini mengakibatkan perubahan orientasi di dunia bisnis yaitu dari *shareholders* ke *stakeholders*. Tanggung jawab sosial digunakan untuk menjaga hubungan yang harmonis antara perusahaan dan lingkungan di luar perusahaan.

Konsep ini memuat pengertian, bahwa bisnis tidak hanya sekedar mencari keuntungan (*profit*) melainkan juga kesejahteraan orang (*people*) dan menjamin keberlangsungan hidup planet. Konsep CSR berkaitan erat dengan keberlangsungan atau *sustainability* perusahaan. Konsep CSR mengharuskan perusahaan untuk mengambil keputusan dan melaksanakan aktivitas perusahaan tidak hanya mengacu pada profitabilitas saja melainkan juga berdasarkan konsensus sosial dan lingkungan untuk saat ini maupun masa yang akan datang.

Hubungan antara pengungkapan *corporate social responsibility* dan kinerja keuangan perusahaan telah menimbulkan pertanyaan bagi banyak pihak, sehingga timbullah berbagai pokok pikiran yang menghasilkan prediksi yang berbeda-beda. Herdita (2019) menyebutkan adanya pengaruh signifikan positif *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H3: *Corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Burlea dan Popa (2013) menganalisis perusahaan manufaktur yang terdaftar di

Nigerian Stock Exchange selama periode 2000-2009 dengan menggunakan analisis data panel. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian yang serupa juga yang dilakukan oleh Isik et al. (2017). Penelitian tersebut menganalisis hubungan ukuran perusahaan dengan kinerja perusahaan. Penelitian tersebut menggunakan 112 sampel perusahaan manufaktur di Turki yang terdaftar dalam BIST (Bursa Istanbul) selama periode 2005 – 2013.

Dengan menggunakan teknik analisis data panel, penelitian tersebut menghasilkan temuan bahwa pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan adalah positif dan signifikan. Kedua hasil penelitian tersebut didukung Kalsum (2017). Berdasarkan uraian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H4: Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan.

Return merupakan hasil yang diperoleh dari investasi atau tingkat keuntungan yang dinikmati oleh investor atas suatu investasi yang dilakukannya (Ang, 1997). Investor termotivasi untuk melakukan investasi pada suatu perusahaan yang diinginkan dengan harapan untuk mendapatkan kembalian investasi yang sesuai. Jika tidak ada keuntungan yang diperoleh dari investasi yang dilakukannya, maka investor tidak mau melakukan investasi yang tidak ada hasilnya. Dalam berinvestasi, baik jangka pendek maupun jangka panjang mempunyai tujuan utamanyaitu memperoleh keuntungan yang disebut return, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Metta (2010) menyimpulkan bahwa manajer memilih akrual untuk meningkatkan keinformatifan laba akuntansi dan membagi motivasi yang mendasari manajemen laba ke dalam tiga kelompok yang salah satunya motivasi return saham. Sedangkan motivasi lainnya adalah motivasi kontrak yang dapat berupa kontrak utang dan kompensasi manajemen dan yang terakhir motivasi regulator. Tindakan perusahaan untuk memajemen laba akan memberikan daya tarik tersendiri bagi investor pada suatu perusahaan karena kinerja keuangan perusahaan yang baik. Fitriyani et al., (2014) menunjukkan adanya pengaruh signifikan negatif manajemen laba terhadap kinerja

keuangan. Dalam upayanya untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan, manajemen seringkali melakukan manajemen laba dengan tujuan untuk memperlihatkan *earnings power* perusahaan agar membentuk laporan keuangan serta rasio kinerja keuangan yang baik sehingga menarik minat investasi para calon investor karena meningkatnya harga saham (Dharmasetya dan Sulaimin, 2009). Berdasarkan uraian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H5: Manajemen laba berpengaruh negatif terhadap kinerja keuangan.

Berkaitan dengan teori agensi, perbedaan kepentingan antara agen dan principal serta perbedaan informasi yang dimiliki oleh keduanya bisa menjadi alasan yang cukup kuat bagi manajer melakukan manajemen laba. Banyak penyebab yang membuat pihak manajer melakukan manajemen laba, salah satunya yaitu manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonus yang diperolehnya (Ardiani dan Sudana, 2018). Kuatnya informasi mengenai perusahaan yang dimiliki oleh pihak manajemen, membuat manajer memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba. Manajemen laba akan membuat laporan keuangan menjadi tidak akurat sehingga menyebabkan pihak investor maupun pihak yang menggunakan laporan keuangan tersebut tidak menerima informasi yang akurat mengenai perusahaan tersebut.

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. Adanya aktivitas tanggung jawab sosial ini dapat membuat pihak manajemen yang berada dalam perusahaan lebih leluasa untuk melakukan praktik manajemen laba. Kegiatan CSR akan membuat respon positif di mata investor maupun masyarakat sehingga dapat menutupi kecurangan-kecurangan yang telah dilakukan pihak manajer. Herdita (2019) menunjukkan bahwa manajemen laba mampu

memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan.

Manajemen yang memanipulasi laba mempunyai insentif untuk memproyeksikan *socially friendly image* melalui aktivitas CSR untuk memperoleh dukungan dari stakeholders. Taktik melaksanakan CSR membuat manajer akan mengurangi kemungkinan mendapat tekanan akibat ketidakpuasan *shareholders* yang kepentingannya terkoreksi dengan adanya praktik manajemen laba. Perusahaan yang melaksanakan program CSR, harus menyediakan sumber keuangan yang memadai yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen laba memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian ini, hipotesis yang diajukan adalah:

H6: Manajemen laba memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan.

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar aset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin terkenal dalam masyarakat (Ardiansyah dan Sari, 2017). Perusahaan yang berukuran besar biasanya memiliki peran sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas. Hal ini membuat berbagai kebijakan perusahaan besar akan memberikan dampak yang besar terhadap kepentingan publik dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan (Frans, 2015).

Manajemen laba memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan sehingga semakin besar perusahaan menunjukkan semakin ketatnya pengawasan terhadap pihak internal perusahaan. Hal ini

mendorong manajer untuk mempublikasikan laporan keuangannya secara transparan dan tidak melakukan kecurangan. Hal ini menunjukkan manajemen laba mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Berdasarkan uraian ini maka hipotesis yang diajukan adalah:

H7: Manajemen laba memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan.

## METODE

Populasi penelitian adalah seluruh perusahaan manufaktur yang *listed* di Bursa Efek Indonesia. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *judgement sampling* yaitu pemilihan sampel secara tidak acak dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Pertimbangan dalam pemilihan sampel yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di *Indonesia Stock Exchange* (IDX) selama 5 tahun berturut-turut (periode 2015-2019), menerbitkan, dan mempublikasikan laporan keuangan tahunan secara lengkap per 31 Desember pada situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id).

Penelitian ini menggunakan data *cross sectional*. Variabel kinerja keuangan diukur dengan *return on asset* (ROA) yaitu laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan logaritma natural (Ln) Total Asset. *Corporate social responsibility* (CSR) mengacu pada instrumen *Global Reporting Initiative* (GRI) versi 3.1 terdiri dalam 84 item pengungkapan. Pengukuran CSR dilakukan dengan *content analysis* dengan menggunakan pendekatan dikotomi, yaitu setiap kategori informasi pengungkapan CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan diberi skor 1 dan skor 0 jika sebaliknya. Variabel *earning management* menggunakan model Jones sebagai berikut:

$$NDA_t = \alpha_1 1/TA_{t-1} + \alpha_2 \Delta REV_t / TA_{t-1} + \alpha_3 PPE_t / TA_{t-1}$$

Keterangan:

$\Delta REV_t$ : *revenue* pada tahun t dikurangi *revenue* pada tahun t-1 dibagi total aktiva tahun t-1

$PPE_t$ : *gross property plant and equipment* pada tahun t dibagi total aktiva tahun t-1

$TA_{t-1}$ : total aktiva tahun t-1

$\alpha_1 \alpha_2 \alpha_3$ : *Firm spesific parameters*

Penelitian menggunakan data panel dianalisis dengan regresi berganda (Ghozali, 2011).

Model persamaan empiris sebagai berikut:

$ManLaba = b_0 + b_1 CSR + b_2 Size + e$

$ROA = b_0 + b_3 CSR + b_4 Size + b_5 Manlaba + e$

Keterangan:		Size	: Ukuran perusahaan
ROA	: <i>Return On Asset</i>	$b_1$ s/d $b_5$	: Koefisien regresi
ManLaba	: Manajemen laba	$e$	: Variabel residu
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>		

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Statistik Deskriptif**

Populasi penelitian berjumlah 129 perusahaan manufaktur yang *listed* di BEI periode tahun

2015-2019. Sampel penelitian berjumlah 95 tahun perusahaan. Sampel yang terkumpul kemudian dihitung rasio CSR, ukuran perusahaan, manajemen laba, dan ROA.

Tabel 1

Statistik Deskriptif					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	95	0,00	0,01	0,004	0,005
Size	95	2,22	23,63	9,699	4,420
ManLaba	95	-909,48	633,37	-37,154	175,281
ROA	95	0,01	51,76	5,002	9,215
Valid N (listwise)	95				

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 1 menjelaskan statistik deskriptif dari masing-masing variabel, tentang jumlah data amatan, minimum merupakan nilai terendah atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, maximum merupakan nilai tertinggi atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, *mean* merupakan nilai rata-rata atas variabel yang dihasilkan perusahaan sampel, *dan standard deviation* merupakan nilai penyimpangan data. Data menunjukkan nilai rata-rata pengungkapan maksimum CSR sebesar 0,4%, rata-rata *size* perusahaan sebesar 9,69, manajemen laba sebesar -37,15, dan rata-rata kinerja keuangan (ROA) sebesar 5,00%. PT IGAR Tbk memiliki ROA yang tertinggi dan PT SMCB memiliki ROA yang terendah. Ukuran perusahaan yang terbesar dimiliki oleh PT

JPFA Tbk dan yang terendah dimiliki PT ALDO Tbk.

**Uji Asumsi Klasik**

Sebelum dilakukan pengujian hipotesis, maka data perlu dilakukan pengujian asumsi klasik terlebih dahulu yang meliputi: *normalitas, autokorelasi, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas*. Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data yang diuji berdistribusi normal. Tabel 2 menunjukkan hasil uji *Kolmogorov Smirnov* dengan nilai signifikansi model I sebesar 0,058 dan model II sebesar 0,052. Data kedua model terdistribusi normal. Pengujian autokorelasi menggunakan *Durbin-Watson (DW-test)* untuk mengetahui korelasi antara *disturbance error* pada periode  $t$  dengan periode  $t-1$  (sebelumnya).

Tabel 2

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Model I	Model II
N		95	95
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,000	0,000
	Std. Deviation	168,784	8,947
Most Extreme Differences	Absolute	0,218	0,269
	Positive	0,218	0,269
	Negative	-0,180	-0,186
Test Statistic		0,218	0,269
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,058	0,052

Sumber: Data Sekunder yang diolah

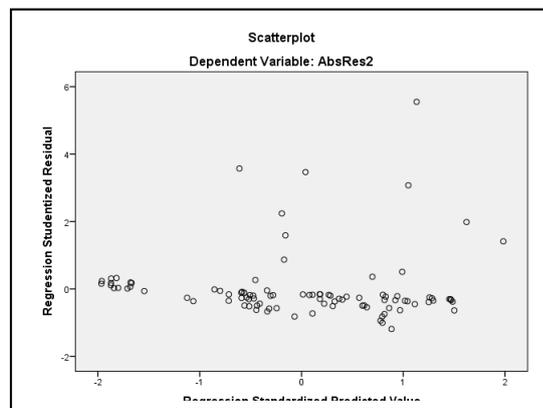
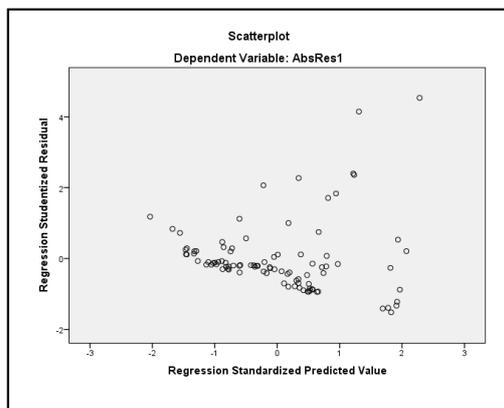
Tabel 3  
Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,270 <sup>a</sup>	0,173	0,153	1,608	1,937
2	0,240 <sup>a</sup>	0,157	0,126	1,093	1,856

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 3 menunjukkan nilai *Durbin Watson* model I sebesar 1,937 dan model II sebesar 1,856 yang berarti tidak ada *autocorrelation*. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan *scatterplot*. Pola *scatterplot* yang tersaji pada gambar 1 yang menunjukkan tidak membentuk garis atau bergelombang dan titik-titik menyebar secara

acak. Dengan demikian data kedua model tidak ada heteroskedastisitas.



Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 4 menunjukkan hasil uji multikolinearitas dengan nilai VIF (*variance inflation factor*) dibawah 10 dan nilai *tolerance*

di atas 0,1. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi terbebas dari multikolinearitas.

Tabel 4  
Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistics Model I		Collinearity Statistics Model II	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
CSR	0,981	1,020	0,981	1,020
Size	0,981	1,020	0,911	1,097
ManLaba			0,927	1,078

Sumber: Data Sekunder yang diolah

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel dependen yang dapat

dijelaskan oleh variabel-variabel independen. Nilai koefisien determinasi dilihat dari nilai *adjusted R<sup>2</sup>*.

Tabel 5  
Koefisien Determinasi Model I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0,270 <sup>a</sup>	0,173	0,153	1,608	1,937
2	0,240 <sup>b</sup>	0,157	0,126	1,093	1,856

<sup>a</sup>Predictors: (Constant), Size, CSR, dan dependent Variable: ManLaba

<sup>b</sup>Predictors: (Constant), ManLaba, CSR, Size, dan dependent Variable: ROA

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Tabel 5 menunjukkan nilai koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) model I sebesar 0,153 berarti 15,3% variasi manajemen laba yang bisa dijelaskan oleh variabel CSR dan ukuran perusahaan. Nilai koefisien determinasi (*adjusted R<sup>2</sup>*) model II sebesar 0,126 berarti 12,6% variasi ROA bisa dijelaskan oleh variabel bebas yaitu manajemen laba, ukuran perusahaan dan CSR.

Tabel 6 diperoleh nilai F untuk model I sebesar 3,610 dan nilai signifikansi sebesar 0,031 sehingga variabel CSR dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel manajemen laba. Nilai F untuk model II sebesar 2,468 dan nilai signifikansi sebesar 0,034. sehingga terdapat pengaruh yang signifikan variabel CSR, ukuran perusahaan dan manajemen laba secara bersama-sama terhadap variabel ROA.

**Uji F**

Tabel 6  
Hasil Pengujian Model

Uraian		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
model I <sup>ab</sup>	Regression	210154,862	2	105077,431	3,610	0,031
	Residual	2677878,417	92	29107,374		
	Total	2888033,279	94			
Model II <sup>cd</sup>	Regression	458,152	3	152,717	2,468	0,034
	Residual	7524,992	91	82,692		
	Total	7983,144	94			

a. Dependent Variable: ManLaba

b. Predictors: (Constant), Size, CSR

c. Dependent Variable: ROA

d. Predictors: (Constant), ManLaba, CSR, Size

Sumber: Data Sekunder yang diolah

**Uji Parsial**

Hasil pengujian hipotesis tersaji dalam tabel 7. Model I menunjukkan pengaruh variabel CSR dan size perusahaan terhadap manajemen

laba. Model II menunjukkan CSR, ukuran perusahaan, dan manajemen laba terhadap ROA.

Tabel 7  
Hasil Pengujian Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta				
I <sup>a</sup>	(Constant)	141,538	43,162		3,279	0,001**		
	CSR	-256,583	3053,391	-0,009			-0,084	0,933
	Size	-10,645	4,020	-0,268			-2,648	0,010**
II <sup>b</sup>	(Constant)	1,560	2,431		0,642	0,523		
	CSR	226,424	162,753	0,143			1,391	0,168
	Size	0,454	0,222	0,218			2,041	0,044*
	ManLaba	-0,013	0,006	-0,222			-2,167	0,041*

---

a. Dependent Variable: ManLaba

b. Dependent Variable: ROA

Signifikansi pada level \*\* 1%, \* 5%

---

Sumber: Data Sekunder yang diolah

CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba karena nilai  $t$  sebesar  $-0,084$  dan nilai signifikansi sebesar  $0,933$ . Rata-rata perusahaan yang mengungkapkan CSR sebesar  $0,004$ . Pengungkapan CSR yang sangat rendah menunjukkan manajemen tidak menggunakan CSR sebagai alat manajemen laba. 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 membutuhkan dukungan kondusif dari lingkungan masyarakat agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya. 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. Hal ini mengakibatkan adanya hubungan negatif antara pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan dengan manajemen laba. Namun hasil pengujian menunjukkan tidak signifikan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan Ardiani dan Sudana (2018) serta Ernford dan Voigt (2018) yang menyatakan pengungkapan tanggung jawab sosial akan membuat pelaporan keuangan menjadi transparan sehingga mendorong manajer untuk mengurangi praktik manajemen laba.

Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba, maka hipotesis 2 diterima. Nilai minimum ukuran perusahaan sebesar  $2,22$ , nilai maksimum sebesar  $23,63$ , dan rata-rata sebesar  $9,69$ . Perusahaan berukuran sedang dan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari para *stakeholder* agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investor. Selain itu, perusahaan besar cenderung melakukan pengelolaan atas laba agar terlihat perolehan laba yang stabil setiap tahunnya. Hasil

penelitian ini sesuai dengan Frans (2015); Lanouar *et al.* (2013) yaitu ukuran perusahaan yang besar mampu mengurangi manajemen laba.

Pengungkapan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap *Return on Asset* (ROA). CSR merupakan komitmen perusahaan atau dunia bisnis untuk berkontribusi dalam pengembangan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan tanggungjawab sosial perusahaan dan menitikberatkan pada keseimbangan antara perhatian terhadap aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Sedangkan ROA dapat dilihat dari laba bersih perusahaan dibandingkan dengan total ekuitas perusahaan. ROA yang tinggi menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang tinggi bagi pemegang saham dan menunjukkan pertumbuhan perusahaan kedepannya. Namun, rata-rata nilai statistik deskriptif untuk pengungkapan CSR menunjukkan nilai yang rendah. Pengungkapan CSR seharusnya memiliki nilai yang tinggi pengungkapan CSR dapat digunakan untuk membentuk *image* baik perusahaan. Investor juga diharapkan lebih menyadari pentingnya isu CSR di masa depan, sehingga perusahaan mau melakukan aktivitas CSR secara nyata dengan cara memaksimalkan dampak positif dan meminimalkan dampak negatif dari suatu kegiatan bisnis tertentu. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat menikmati kinerja pasar yang baik dan pada gilirannya akan dinikmati oleh masyarakat secara umum. Manfaat positif jika perusahaan yang melaksanakan CSR antara lain kesetiaan pelanggan, kepercayaan dari kreditor dan investor. Hasil penelitian ini sesuai dengan Herdita (2019) yang menyatakan, hubungan antara kinerja keuangan dan pengungkapan CSR telah menimbulkan pertanyaan bagi banyak pihak, sehingga setiap pihak mempunyai prediksi yang berbeda-beda. Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap ROA. Suatu perusahaan dengan ukuran yang besar akan memacu tingkat pertumbuhan penjualannya sehingga perusahaan tersebut akan lebih berani mengeluarkan pembiayaan untuk melakukan ekspansi. Perusahaan yang besar akan lebih

diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan. Adanya pengaruh antara ukuran perusahaan dan profitabilitas, hal ini bermakna bahwa jika nilai profitabilitas tinggi maka ukuran perusahaannya juga besar karena aset yang dimiliki besar. Hasil penelitian ini sesuai dengan Kalsum (2017) yang menunjukkan, bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan positif terhadap kinerja keuangan. Temuan ini mendukung Burlea dan Popa (2013).

Manajemen laba berpengaruh negatif dan signifikan terhadap ROA. Semakin intensif perusahaan dalam melakukan aktivitas manajemen laba maka akan semakin menurunkan kinerja keuangannya. Manajemen laba merupakan tindakan memanipulasi laporan keuangan untuk tujuan pribadi maupun tujuan perusahaan dengan metode akuntansi. Manajemen laba seringkali

dilakukan agar investor merespon baik tentang laporan keuangan perusahaan dan kemudian mau menginvestasikan dananya ke perusahaan tersebut. Hal ini sesuai dengan tujuan melakukan manajemen laba adalah memperbaiki penampilan laporan keuangan perusahaan yang tidak sama dengan kondisi yang sebenarnya. Manajemen selaku pengelola perusahaan memiliki informasi tentang perusahaan lebih banyak dan lebih dahulu daripada pemegang saham sehingga terjadi asimetri informasi yang memungkinkan manajemen melakukan praktik akuntansi dengan berorientasi pada laba untuk mencapai target. Kinerja keuangan perusahaan yang mengandung unsur manajemen laba dapat menyedatkan calon investor dalam menilai prospek perusahaan. Hasil penelitian ini sesuai Fitriyani *et al.* (2014) menunjukkan adanya pengaruh signifikan negatif manajemen laba terhadap kinerja keuangan.

Tabel 8  
Mediasi Manajemen Laba antara CSR terhadap ROA

Uraian	<i>Sobel Test</i>		<i>Aroian Test</i>	
	Test statistic	<i>P value</i>	Test statistic	<i>P value</i>
CSR@ManLaba@ROA	0,246	0,805	0,225	0,821
Size@ManLaba@ROA	2,040	0,041	2,016	0,043**

Signifikansi pada level \*\* 1%, \* 5%

Sumber: Data Sekunder yang diolah

Manajemen laba tidak terbukti memediasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja perusahaan (tabel 8). Hal ini disebabkan dalam pengujian sebelumnya menunjukkan CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan manajemen laba tidak berpengaruh langsung terhadap kinerja keuangan ROA. Dalam teori agensi, perbedaan kepentingan antara agen dan principal serta perbedaan kepemilikan informasi yang dimiliki oleh keduanya belum bisa menjadi alasan yang cukup kuat untuk menjelaskan manajemen laba yang dilakukan oleh manajer. Manajer tidak melakukan manajemen laba demi pencapaian target kinerja keuangan tertentu. Begitu juga, manajer tidak menggunakan pengungkapan CSR untuk praktik manajemen labanya sehingga investor tertarik pada prospektus perusahaan.

Manajemen laba mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja (tabel 8). Perusahaan yang berukuran besar biasanya

memiliki peran sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat dan regulator sehingga mereka lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan. Berbagai kebijakan yang diterbitkan oleh perusahaan besar akan memberikan dampak yang besar terhadap kepentingan publik. Manajemen laba merupakan sebuah media yang bisa dipakai manajer untuk menaikkan atau menurunkan kinerja keuangan sesuai target keinginan manajer dan atau keinginan pasar. Dengan demikian manajemen laba mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Frans (2015).

## SIMPULAN

Tujuan entitas bisnis adalah mendapatkan keuntungan keuangan terutama bagi investor yang telah menanamkan dananya. Terdapat dua variabel independen

dalam penelitian ini yaitu ukuran kinerja keuangan yang diukur dengan *Return On Asset* (ROA) dan manajemen laba. Penelitian ini menggunakan dua variabel independen yang memengaruhi manajemen laba dan keberhasilan capaian kinerja keuangan yaitu pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan. *CSR disclosure* dan ukuran perusahaan diharapkan dapat meningkatkan capaian ROA. Sebaliknya, *CSR disclosure* dan ukuran perusahaan diharapkan dapat menekan perilaku manajemen laba. Hal lain yang menarik dalam penelitian ini adalah pengujian peningkatan capaian kinerja perusahaan yang disebabkan perilaku manajer dalam manajemen laba.

Hasil analisis mengindikasikan, bahwa capaian kinerja keuangan masih belum dapat dipisahkan dari keberadaan ukuran perusahaan. Temuan ini masih memperkuat hasil penelitian sebelumnya bahwa semakin besar total aset perusahaan maka kinerja keuangan akan semakin tinggi. Di sisi lain, keberadaan aset yang besar juga mendorong perilaku manajemen dalam melakukan manajemen laba. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa kehadiran manajemen laba mampu memediasi hubungan ukuran perusahaan dengan kinerja keuangan. Perusahaan dengan aset yang besar dan memiliki kinerja keuangan yang tinggi akan menjadi pusat perhatian bagi masyarakat dan regulator. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan manajemen laba sehingga capaian kinerja tidak begitu menyolok. Namun, penelitian ini belum mampu membuktikan bahwa *CSR disclosure* dan ukuran perusahaan mampu menurunkan manajemen laba. Keterbatasan penelitian ini adalah populasi yang dipilih terbatas pada perusahaan manufaktur, sehingga penelitian selanjutnya bisa menambahkan sektor industri yang lain. Nilai *adjusted R square* sebesar 15,3% dan 12,6% sehingga bisa menambah variabel lain seperti *Economic Value Added* (EVA) dan *Return Saham*.

## REFERENSI

Ardiani, Ni Luh Nia dan I Putu Sudana. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana, Vol.24. No. 3*.  
Ardiansyah, Edo Fani dan Linda Purnama Sari. (2017). *The effect of leverage, liquidity and size of company on profitability of minning*

*company listed on Indonesian stock exchange*. STIE Perbanas

Astuti, Ayu Yuni, Elva Nuraina, dan Anggita Langgeng Wijaya. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan dan leverage terhadap manajemen laba. *The 9th FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun Vol. 5 No. 1*.

Burlea, Adriana Schiopoiu, dan Ion Popa. (2013). *Legitimacy Theory in Encyclopedia of Corporate Social Responsibility*. SpringerVerlag Berlin Heidelberg.

Dharmasetya, Lani dan Vonny Sulaimin. (2009). *Merger dan Akuisisi Tinjauan Dari Sudut Akuntansi dan Perpajakan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Ernfjord, K., dan Voigt, M. (2018). *Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure and Earnings Management*. University of Gothenburg.

Fitriyani, Dewi, Eko Prasetyo, Andi Mirdah, dan Wirmie Eka Putra. (2014). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan dengan Kualitas Audit Sebagai Variabel Pemoderasi. *Jurnal Dinamika Akuntansi. 6. Nomor 2*.

Frans, Dody. (2015). *Pengaruh profitabilitas, corporate governance, ukuran perusahaan dan leverage terhadap praktik manajemen laba (Studi Empiris pada Emiten Indeks Saham Syariah Indonesia Sub Sektor Barang Konsumsi Periode 2011-2014)*. Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta (tidak dipublikasikan).

Ghozali, Imam. (2011). *Analisis Statistika dengan SPSS*. Penerbit Undip

Herdita, Agtia Intan . (2019). Pengaruh pelaporan corporate social responsibility (CSR) terhadap kinerja keuangan dan manajemen laba (Studi pada Perusahaan Pertambangan Sub Sektor Minyak dan Gas Bumi yang Terdaftar di BEI tahun 2012-2018), *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*

Kalsum, Umi. (2017). Pengaruh ukuran perusahaan, likuiditas, kinerja keuangan dan kebijakan hutang terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik Vol 8 No. 1*.

Lanouar, Charfeddine, Rabeb Riahi, dan Omri Abdelwahed. (2013). The Determinants of Earnings Management in Developing Countries: A Study in the Tunisian Context. *Indian Journal of Corporate Governance 12 (1)*.

Metta, Annisa. (2010). *Analisis Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan Pengakuisisi Sebelum dan Sesudah Akuisisi*. Universitas Diponegoro (tidak dipublikasi)

Susanti, Leni dan Silvia Margarita. (2019). Pengaruh Kualitas Audit, Leverage, dan

Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Volume XI No. 1*.

Yaparto, Marisa. (2013). Pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*.