

Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2017-2020

Hasim As'ari^{1*}, Defy Aryanti²

^{1,2}Universitas Mercu Buana Kota Yogyakarta

Email: ²defyaryanti@gmail.com

correspondingauthor e-mail: ^{1}hasim@mercubuana-yogya.ac.id

Article Info	Abstract
Keywords: ○ Company Size ○ Good Corporate Governance ○ Earning Management	<i>This study aims to examine the effect of company size and corporate social responsibility on profit management in automotive sub-sector manufacturing companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2017-2020. This type of research is quantitative research. Data collection was carried out using secondary data in the form of annual reports on companies in the automotive and component industry sub-sectors listed on the Indonesia Stock Exchange for 2017-2020 obtained from the Indonesian Stock Exchange website www.idx.co.id. The classic assumption test proves that the data is normally distributed, free of heteroscedasticity and multicollinearity and there is no autocorrelation. The analysis technique used is Multiple Linear Regression Analysis. The results of testing the hypothesis that has been used using the Multiple Linear Regression Analysis formula show that (1) Company size has no significant effect on Earnings Management (2) Corporate Social Responsibility has no significant effect on Earnings Management. It is hoped that further research will examine more samples of manufacturing companies listed on the IDX and examine more of the factors that influence earnings management besides company size and CSR. These factors include Good Corporate Governance, Profitability, Leverage, Audit Quality and others. This research is expected to be used as a company measure, and Corporate Social Responsibility is an important factor in earnings management. It is used as a benchmark in making the right decisions by investors both in investment, credit and others</i>
Article History Received : 11-01-2023 Revised : 08-04-2023 Accepted : 09-04-2023	



Copyright: © 2023 by the authors.
Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>)

PENDAHULUAN

Banyaknya persaingan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia membuat semakin banyak investor yang ingin menginvestasikan uangnya ke perusahaan tersebut. Oleh sebab itu, perusahaan selalu ingin menunjukkan citra yang baik untuk memenangkan persaingan pasar. Perusahaan melakukan manajemen laba yang ditujukan untuk menguntungkan dirinya sendiri, yaitu perusahaan yang bersangkutan. Semakin banyak laba yang dihasilkan merupakan kinerja perusahaan, dan hal ini menjadi celah manajemen untuk mengambil keuntungan dari kurangnya informasi yang diterima oleh investor dengan melakukan manajemen laba (Erika, 2019).

Manajemen laba berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi yang dilakukan oleh manajer dalam pelaporan keuangan untuk menaikkan laba atau menurunkan laba agar

sesuai dengan kepentingan manajer atau kepentingan perusahaan dan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak (Kanakriyah et al., 2017). Metode akuntansi berbasis akrual dianggap lebih tepat dalam menyediakan informasi keuangan (Dalimunthe, 2016). Ada dua perspektif dalam memahami perilaku manajer atas praktik manajemen laba, yaitu *opportunistic behavior perspective* dan *efficient contracting perspective* (Ghazali et al., 2015). Penjelasan tersebut sejalan dengan penjelasan teori agensi sehubungan dengan perilaku manajer atas manajemen laba. Hubungan kerja antara pemilik perusahaan atau principal dengan manajer atau agent dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan (Panda & Leepsa, 2017). Kasus manipulasi laba di Indonesia diantaranya, PT Kimia Farma yang pernah terlibat dalam masalah manajemen laba. PT Kimia Farma melakukan manipulasi laba dengan menaikkan jumlah barang persediaan, sehingga dalam pencatatan di laporan keuangan menghasilkan laba bersih yang overstated. Selain itu, PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA) melakukan manipulasi laporan 3 keuangan di tahun 2018. GIAA mencatat laba bersih Rp11,33 miliar dan meningkat tajam dibanding tahun 2017 yang menderita rugi Rp3,03 miliar. Hal tersebut disebabkan karena manajemen Garuda Indonesia mengakui pendapatan dari PT Mahata sebesar US\$ 239.940.000, yang diantaranya sebesar US\$ 28.000.000 merupakan bagian dari bagi hasil yang didapat dari PT Sriwijaya Air. Padahal uang itu masih dalam bentuk piutang, namun diakui perusahaan masuk dalam pendapatan (Sugianto, 2019). Serta kasus yang terjadi akibat manajemen laba diantaranya, kasus enron, worldcom, global crossing, HIH, Tyco, kasus PT. Citra Marga Nusapala Persada, Bank Duta, Xerox, PT. Gas Negara, PT. Merck (Erika 2019). Dalam manajemen laba dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, diantaranya: GCG, ukuran perusahaan, reputasi auditor, struktur kepemilikan perusahaan, financial leverage, Tax Planning, CSR, dan masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi manajemen laba, salah satu yang dapat mempengaruhinya adalah ukuran perusahaan (Santi & Wardani, 2018). Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi kecil atau besarnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh pihak-pihak eksternal sehingga manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya (Santi & Wardani, 2018).

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

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

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

CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor otomotif tentunya terus dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat akan keberadaan perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan ikut serta pada pengembangan lingkungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Perusahaan manufaktur sub sektor otomotif merupakan perusahaan yang besar dan sangat berpengaruh terhadap perkembangan ekonomi dan mempunyai kemungkinan yang besar dalam melakukan manajemen laba. Persaingan perusahaan manufaktur sub sektor otomotif juga semakin meningkat, dengan demikian kemungkinan untuk melakukan aktivitas manajemen laba sangat besar. Maka dari itu peneliti memilih sampel perusahaan manufaktur sub sektor otomotif yang ada di BEI untuk melakukan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menguji Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2020. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan ukuran perusahaan, dan Corporate Social Responsibility merupakan faktor penting terhadap manajemen laba. Dijadikan tolok ukur dalam pengambilan keputusan yang tepat oleh investor baik dalam investasi, kredit maupun yang lain.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Keagenan (Agency Theory)

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

Teori Legitimasi (Legitimacy Theory)

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

Teori Stakeholder

Teori stakeholder menekankan akuntabilitas organisasi jauh melebihi kinerja keuangan atau ekonomi sederhana, teori ini menyatakan bahwa organisasi akan memilih secara

sukarela mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial dan intelektual mereka, melebihi dan di atas permintaan wajibnya, untuk memenuhi ekspektasi sesungguhnya atau yang diakui oleh stakeholder (Deegan et al., 2000 dalam Rokhlinasari, 2015). Teori stakeholders menjelaskan bahwa pengungkapan corporate social responsibility yang dilakukan oleh perusahaan merupakan sebagai cara untuk berkomunikasi dengan para stakeholders. Perusahaan akan secara sukarela melaksanakan corporate social responsibility karena pelaksanaan tersebut merupakan bagian dari peran perusahaan kepada stakeholders (Efriyanti dkk, 2012). Pengungkapan CSR kemudian dipandang sebagai dialog antara perusahaan dengan stakeholder (Rokhlinasari, 2015)

Teori Sinyal (Signal Theory)

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

Ukuran Perusahaan

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

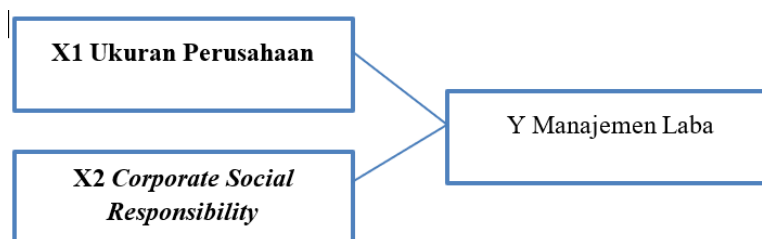
Corporate Social Responsibility (CSR)

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

Manajemen Laba

Manajemen Laba (Earnings Management) adalah kebijakan akuntansi (akrual) yang dipilih oleh manajer atau tindakan nyata, yang mempengaruhi laba sehingga mencapai beberapa spesifik dalam pelaporan tujuan laba (Scott, 2015). Menurut Sulistyanto (2018) manajemen laba merupakan upaya yang dilakukan oleh manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi- informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Berdasarkan teori yang telah dijelaskan diatas maka variabel yang dipakai dalam penelitian ini antara lain yaitu: Ukuran Perusahaan (X1) dan Corporate Social Responsibility (X2) sebagai variabel independen, sedangkan Manajemen Laba sebagai variabel

dependen (Y). sehingga kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model penelitian

Gambar 1. Kerangka Konseptual Hipotesis penelitian ini, sebagai berikut: H1. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Laba.

H2. Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Corporate Social Responsibility.

METODOLOGI

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang menekankan pada pengujian teori melalui pengukuran variabel penelitian dengan angka dan melakukan analisis data dengan prosedur statistik. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur sub sektor industri kosmetik yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020. Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Menurut Sugiyono (2012) metode purposive sampling merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode studi pustaka dan dokumentasi. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder berupa laporan tahunan pada perusahaan sub sektor Industri otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2017-2020 yang diperoleh dari web Bursa Efek Indonesia www.idx.co.id.

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

Tabel 1. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Manajemen Laba (Y)	Manajemen Laba (<i>Earnings Management</i>) adalah kebijakan akuntansi(akrual) yang dipilih oleh manajer atau tindakan nyata, yang mempengaruhi laba sehingga mencapai beberapa spesifik dalam pelaporan tujuan laba (Scott, 2015).	$T_{Ait} = N_{it} - CFO_{it}$
Ukuran Perusahaan (X1)	Menurut Brigham & Houston (2011) Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain.	Ukuran Perusahaan = $LN(\text{Total Aktiva})$

Corporate Social Responsibility (X₂)

Untuk mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dapat diukur dengan menggunakan index pengungkapan CSR. Menurut Tidar (2019) pengukuran CSRD_I (*Corporate Social Responsibility Disclosure Index*) merupakan rasio antara total skor yang diberikan kepada sebuah perusahaan dengan skor yang diharapkan dapat diperoleh oleh perusahaan tersebut.

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

HASIL

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

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

• Unstandardized Residual

N		32
Normal Parameters^{a,b}	Mean	.00000000
	Std. Deviation	.33292336
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.060
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

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

Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

		Coefficients ^a		t	Sig.
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1	(Constant)	-.988	.683	-1.446	.159
	UKURAN PERUSAHAAN	.042	.024	.313	.087

CSR .226 .657 .061 .344 .733

a. Dependent Variable: ABS_RES

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

Tabel 4. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	VIF
	B	Std. Error	Beta	Tolerance	
1 (Constant)	-.636	1.178			
UKURAN PERUSAHAAN	.017	.041	.076	.986	1.014
CSR	-.222	1.132	-.037	.986	1.014

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

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

Tabel 5. Hasil Uji Autokorelasi

Runs Test		
Unstandardized Residual		
Test Value ^a		.00650
Cases < Test Value		16
Cases >= Test Value		16
Total Cases		32
Number of Runs		15
Z		-.539
Asymp. Sig. (2- tailed)		.590

a. Median

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

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.636	1.178		-.540	.593
	UKURAN PERUSAHAAN	.017	.041	.076	.409	.685
	CSR	-.222	1.132	-.037	-.196	.846

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Berdasarkan persamaan regresi linear pada tabel 6 diatas diketahui bahwa:

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

$$Y = -0,636 + 0,17X_1 - 0,222X_2 + e$$

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

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

Tabel 7. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.636	1.178		-.540	.593
	UKURAN PERUSAHAAN	.017	.041	.076	.409	.685
	CSR	-.222	1.132	-.037	-.196	.846

a. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA

Uji t dikenal sebagai uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t digunakan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2006). Kriteria pengujian uji t yaitu apabila nilai signifikansi $t < 0,10$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan apabila nilai signifikansi $t \geq 0,10$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Uji t dapat ditunjukkan pada tabel 7 diatas. Dari tabel 7 diatas dapat diuji hipotesis sebagai berikut:

a. Hipotesis Pertama

Pada variabel Ukuran Perusahaan (X_1) diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,685 > 0,10$ dan nilai t hitung ($0,409 < t$ tabel ($2,004$)). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Ukuran

Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Manajemen Laba.

b. Hipotesis Kedua

Pada variabel CSR (X2) diperoleh tingkat signifikansi sebesar $0,846 > 0,10$ dan nilai t hitung $-0,196 < t \text{ tabel } (2,004)$. Hasil ini menunjukkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Manajemen Laba.

PEMBAHASAN

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

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian (Citra et al., 2021) dan Wardani (2018) dengan judul Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pajak Penghasilan, *Good Corporate Governance*, Dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba mengemukakan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Pengujian kedua dalam penelitian ini menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Berdasarkan analisis regresi linear berganda yang disajikan dalam tabel diperoleh bahwa koefisien regresi CSR terhadap manajemen laba sebesar 0,017. Hasil ini dapat diartikan variabel CSR naik satu-satuan maka manajemen laba akan naik 0,017. Dari hasil uji t diperoleh p-value hasil hitung uji t sebesar 0,846 dan memiliki koefisien regresi -0,222. Ini berarti tingkat signifikansi $0,846 > 0,10$ maka dapat disimpulkan bahwa variabel CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba sehingga hipotesis CSR terhadap manajemen laba tidak didukung.

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

KESIMPULAN

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

REFERENSI

- Alexander, N., & Palupi, A. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility Reporting Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Bisnis Dan Akuntansi*, 22(1), 105-112.
- Brigham, E. F., & Houston, J. F. (2011). Manajemen Keuangan. In Edisi Bahasa Indonesian. Jakarta: Erlangga.
- Citra, K., Faisal, Y., Wibisono, C., & Sari, G. (2021). The Effect Of Capital Adequacy, Liquidity And Firm Size On Earnings Management. *Current Advanced Research On Sharia Finance And Economic Worldwide*, 1(1), 33-49.
- Dalimunthe, A. R. (2016). The Influence Of Corporate Social Responsibility, Profit Persistence, And Capital Structure To Earnings Response Coefficient. *Jurnal Ilmiah Wahana Akuntansi*, 11(1), 1- 24.
- Ghazali, W. A., Shafie, N. A., & Sanusi, Z. M. (2015). Earnings Management: An Analysis Of Opportunistic Behaviour, Monitoring Mechanism And Financial Distress. *Procedia Economics And Finance*, 28, 190-201. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01100-4](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01100-4).
- Kanakriyah, R., Shanikat, M. M., & Freihat, R. A. (2017). Exploitation Of Earnings Management Concept To Influence The Quality Of Accounting Information: Evidence From Jordan. *Research Jurnal Of Finance And Accounting*, 8(2), 53-65.
- Panda, B., & Leepsa, N. M. (2017). Agency Theory: Review Of Theory And Evidence On Problems And Perspectives. *Indian Journal Of Corporates*, 10(1), 74-95.
- Prastowo, J., & Huda, M. (2011). Corporate Sosial Responsibility : Kunci Meraih Kemuliaan Bisnis. In Edisi 1 Cetakan 1. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Putriana, M., Artati, S., & Utami, V. J. (2018). Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba Dengan Leverage Dan Growth Sebagai Variabel Control Pada Industri Farmasi
- Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Sains*, 3(2), [Http://dx.doi.org/10.33087/Jmas.V3i2.60](http://dx.doi.org/10.33087/Jmas.V3i2.60).
- Richard, C., & Ekadjaja, A. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Earning Management Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanagara*, 1(1).
- Rokhlinasari, S. (2015). Teori-Teori Dalam Pengungkapan Informasi Corporate Social Responbility Perbankan. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 7(1), 1-11. [Http://dx.doi.org/10.24235/Amwal.V7i1.217.G195](http://dx.doi.org/10.24235/Amwal.V7i1.217.G195).
- Santi, D. K., & Wardani, D. K. (2018). Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 536. <https://jurnalfe.ustjogja.ac.id/index.php/Akuntansi/article/view/536>.
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory*. In Seventh Edition. Toronto: Pearson Prentice Hall.
- Sugianto. (2019). Soal Laporan Keuangan Garuda, Ini Syarat Piutang Masuk Ke Pendapatan. Detik Finance, <https://finance.detik.com/bursa-dan-valas/D-4524258/soal-laporan-keuangan-garuda-ini-syarat-piutang-masuk-ke-pendapatan>.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sulistyanto,

S. (2018). *Manajemen Laba: Teori Dan Model Empiris*. Jakarta: Pt Grasindo.

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

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

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

Winarto, H., & Mulyadi. (2019). Pengaruh Komite Audit, Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Penyajian Other Comprehensive Income Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2012-2016). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(3).