

PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

Pria Juni Prasetya¹
Gayatri²

^{1,2}Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia
e-mail: priajuni28@gmail.com/ telp: +6281339310091

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan *corporate social responsibility*. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2014. Jumlah sampel 42 perusahaan diperoleh dengan teknik *purposive sampling*. Analisis data yang dipakai untuk penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan *corporate social responsibility*. Ukuran perusahaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif pada manajemen laba. Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba.

Kata kunci: ukuran perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility*, dan manajemen laba

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of firm size on earnings management through corporate social responsibility disclosure. Population in this study are all of manufacturing companies listed in Indonesia Stock Exchange 2012-2014 period. Number of samples 42 companies obtained by purposive sampling technique. Data Analysis used in this study is the path analysis. This study found that firm size positive effect on corporate social responsibility disclosure. firm size and corporate social responsibility disclosure negative effect on earnings management. firm size significantly negative effect on earnings management through corporate social responsibility disclosure. This indicates corporate social responsibility disclosure able to mediate the relationship between firm size and earnings management.

Keywords: *firm size, corporate social responsibility disclosure, and earnings management*

PENDAHULUAN

Laporan keuangan merupakan sebuah sarana pengkomunikasian informasi keuangan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan. Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan diharapkan dapat membantu kreditor dan investor dalam mengambil keputusan yang berhubungan

dengan dana yang mereka investasikan. Dalam laporan keuangan, laba adalah salah satu indikator yang digunakan menaksir kinerja manajemen. Menurut *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No. 1, dalam menaksir pertanggungjawaban dan kinerja manajemen yang menjadi perhatian utama adalah informasi laba. Manajemen yang kinerjanya dilihat berdasarkan informasi laba, menyadari adanya kecenderungan untuk lebih memperhatikan laba. Hal tersebut dapat menimbulkan perilaku menyimpang manajemen, salah satunya adalah manajemen laba.

Manajemen laba merupakan sebuah fenomena yang sampai saat ini masih diperdebatkan mengenai pemahaman etis dan tanggung jawab sosialnya. Manajemen laba berada di *grey area* antara sebuah kecurangan dan merupakan aktivitas yang diijinkan oleh prinsip akuntansi. Hal ini dikarenakan terdapat perbedaan pendapat mengenai tanggung jawab sosial dan pemahaman etis diantara setiap orang. Berdasarkan hal tersebut, laporan keuangan dapat disebut sebagai tanggung jawab sosial pribadi dan cerminan perilaku etis dari orang yang membuat laporan keuangan tersebut (Sri Sulistyanto, 2008:110).

Fischer dan Rosenzweigh (1995) mengatakan bahwa banyak manajer menganggap praktik manajemen laba adalah tindakan yang wajar dan etis serta merupakan alat sah manajer dalam melakukan tanggung jawabnya untuk mendapatkan keuntungan atau *return* perusahaan. Sedangkan Merchant dan Rockness (1994) menyatakan bahwa manajemen laba yang banyak dilakukan selama ini merupakan perbuatan yang legal, dengan artian tidak bertentangan dengan standar akuntansi yang berlaku. Berdasarkan pendapat tersebut manajemen

laba merupakan sebuah tindakan etis dan wajar yang dilakukan oleh manajemen perusahaan.

Pihak-pihak yang bertentangan dengan dilakukannya manajemen laba mengungkapkan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang kontroversial di dalam dunia akuntansi dan bisnis. Permasalahan dimulai ketika manajemen laba membawa pengaruh negatif dan cenderung menyesatkan bagi pengguna informasi dalam pelaporan keuangannya. Schipper (1989:92) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan campur tangan atau intervensi yang dilakukan manajer di dalam penyusunan laporan keuangan yang bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan pribadi manajer tersebut. Sedangkan menurut Mulford dan Comiskey (2010), manajemen laba adalah manipulasi akuntansi yang bertujuan untuk membuat perusahaan terlihat lebih baik kinerjanya daripada yang sebenarnya.

Manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen timbul sebagai akibat dari adanya konflik keagenan. Konflik keagenan tersebut terjadi karena terdapat perbedaan kepentingan antara pemilik perusahaan (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*). Teori keagenan berasumsi bahwa setiap individu baik *principal* maupun *agent* memiliki motivasi dan kepentingan yang berbeda sehingga akan mengakibatkan adanya konflik kepentingan diantara mereka. Untuk memaksimalkan kesejahteraannya dengan profitabilitas yang terus meningkat, pemilik perusahaan mengadakan kontrak dengan manajemen. Sedangkan, manajer termotivasi untuk dapat memaksimalkan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya.

Manajemen perusahaan melaksanakan praktik manajemen laba dengan melakukan manipulasi laporan keuangan dan memanfaatkan kebijakan-kebijakan akuntansi. Manajer cenderung memanipulasi laba dengan mengendalikan transaksi akrual, yaitu transaksi yang tidak berpengaruh terhadap aliran kas (Friedlan, 1994). Akuntansi akrual terdiri atas *non discretionary accruals* (NDA) dan *discretionary accruals* (DA). NDA merupakan akrual yang ditentukan berdasarkan kondisi ekonomi. Sedangkan DA merupakan akrual yang telah ditentukan oleh pihak manajemen. Manajer memilih kebijakan dalam hal estimasi akuntansi dan metode akuntansi (Xiong, 2006).

Salah satu kasus manajemen laba yang baru-baru ini terjadi adalah skandal akuntansi yang dilakukan Toshiba. Seperti yang dimuat dalam money.cnn.com oleh Yan (2015), kasus ini bermula ketika Toshiba sendiri mulai menyelidiki praktik akuntansi di divisi energi. Menurut sebuah komite independen, perusahaan menggelembungkan laba usaha Toshiba sebesar ¥ 151,8 milyar (\$ 1,2 milyar) selama tujuh tahun. Kepala eksekutif Toshiba dan presiden Hisao Tanaka mengundurkan diri atas skandal akuntansi yang mengguncang perusahaan. Delapan anggota dewan, termasuk wakil ketua Norio Sasaki, juga telah mengundurkan diri dari jabatan mereka sebagai bagian dari perombakan besar manajemen perusahaan. Akibat skandal akuntansi yang mengguncang perusahaan, saham Toshiba telah turun sekitar 20% sejak awal april ketika isu-isu akuntansi ini terungkap. Nilai pasar perusahaan hilang sekitar ¥ 1.673 triliun (\$ 13,4 milyar) dan para analis memperkirakan saham Toshiba masih akan terus menurun. Toshiba yang merupakan salah satu merek elektronik paling dikenal di dunia serta

memiliki reputasi yang bagus itu kini hancur berantakan akibat skandal akuntansi yang telah dilakukan perusahaan.

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).

Muliati (2011) serta Jao dan Pagalung (2011) 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 luar di perusahaan besar dianggap lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan kecil. Namun, Rahmani dan Mir (2013) menemukan bahwa ukuran perusahaan dan manajemen laba berpengaruh positif. Perusahaan besar mempunyai dorongan yang cukup besar untuk melaksanakan praktik manipulasi laba, alasan utamanya karena perusahaan yang berukuran besar harus dapat memenuhi ekspektasi yang tinggi dari pemegang saham atau investornya.

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan saja, tetapi juga harus dapat bermanfaat bagi para *stakeholder*-nya seperti konsumen, pemegang saham, masyarakat, kreditor, pemerintah, dan pihak lain. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen perusahaan kepada para *stakeholder*-nya dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasi perusahaan. Hackston dan Milne (1996) mengatakan bahwa CSR merupakan sebuah proses dalam mengkomunikasikan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas ekonomi perusahaan kepada pihak yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan. Perusahaan menjadi suatu bagian dari lingkungan sekitar dan komunitasnya sendiri. Dampak yang ditimbulkan aktivitas perusahaan, akan sangat mempengaruhi masyarakat sekitar, sehingga apa dilakukan perusahaan terkait aktivitas usahanya akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Hal inilah yang menjadi alasan mengapa manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari masyarakat sekitar dan lingkungan yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang.

Pemerintah Indonesia memberikan perhatian terhadap aktivitas CSR melalui Undang-undang Nomor 40 tahun 2007. Pasal 74 menyatakan bahwa perusahaan yang aktivitas usahanya terkait dengan penggunaan sumber daya alam wajib untuk melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Sedangkan pasal 66 ayat 1 menyatakan bahwa laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan merupakan hal-hal yang harus dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Putra

(2013) menyatakan walaupun pelaksanaan kegiatan CSR bersifat wajib, namun item-item pengungkapan CSR masih merupakan informasi yang bersifat sukarela.

Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi pengungkapan CSR. Purwanto (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR berpengaruh positif signifikan. Hasil penelitiannya membuktikan bahwa pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan dimana perusahaan besar mengungkapkan secara lebih luas aktivitas pertanggungjawaban sosialnya. Perusahaan besar pada umumnya akan melakukan pengungkapan lebih banyak informasi dibanding perusahaan yang berukuran lebih kecil. Hal ini dikarenakan resiko politis yang dihadapi perusahaan besar akan lebih besar daripada perusahaan yang berukuran lebih kecil (Kusumastuti, 2014). Perusahaan melakukan pengungkapan CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat (Junitasari, 2015).

Di sisi lain, pengungkapan aktivitas CSR dapat membatasi terjadinya tindakan manajemen laba. Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa membentuk profil organisasi yang baik merupakan tujuan perusahaan mengungkapkan banyak informasi tentang aktivitas CSR mereka. Oleh sebab itu, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melaksanakan praktik manajemen laba karena tidak konsisten dengan tujuan pembentukan profil tersebut. Praktik kecurangan seperti manajemen laba dapat menghilangkan pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR. Penjelasan tersebut didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kim *et al.* (2011) dan Yip *et al.* (2011) yang menemukan bahwa pengungkapan CSR dengan manajemen laba berpengaruh negatif.

Uraian yang telah dijelaskan di atas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh pada pengungkapan CSR dan pengungkapan CSR berpengaruh pada manajemen laba. Perusahaan besar pada umumnya akan melakukan pengungkapan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini dikarenakan resiko politis yang dihadapi perusahaan besar akan lebih besar daripada perusahaan yang berukuran lebih kecil. Perusahaan besar akan mengungkapkan CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat. Perusahaan akan lebih membatasi praktik manajemen laba dengan mengungkapkan CSR, karena tidak konsisten dengan tujuan perusahaan mendapatkan legitimasi dan nilai positif tersebut. Praktik kecurangan seperti manajemen laba dapat menghilangkan pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR. Hal inilah yang membuat peneliti ingin mengetahui apakah pengungkapan CSR mampu mempengaruhi hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Selain itu, adanya perbedaan pendapat dan perbedaan hasil mengenai pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba, membuat peneliti menggunakan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening agar hasil yang diperoleh nantinya dapat menjadi lebih konsisten.

Berdasarkan latar belakang tersebut, dapat disimpulkan rumusan masalah dari penelitian ini adalah: apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada pengungkapan CSR; apakah ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR berpengaruh pada manajemen laba; serta apakah ukuran perusahaan berpengaruh pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui adanya pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba, pengaruh ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR pada manajemen laba, serta pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Adapun kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah agar dapat menambah referensi dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya teori-teori mengenai praktik manajemen laba dan CSR. Kegunaan praktisnya adalah hasil dari penelitian ini nantinya diharapkan mampu memberikan masukan bagi manajemen perusahaan dalam menerapkan CSR dan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkompeten terhadap kepentingan perusahaan.

Landasan teori yang digunakan yaitu teori keagenan, teori legitimasi, dan teori *stakeholder*. Teori keagenan digunakan untuk menjelaskan terjadinya praktik manajemen laba, sedangkan teori legitimasi dan teori *stakeholder* digunakan untuk menjelaskan aktivitas CSR. Teori keagenan menjelaskan konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan terjadi karena baik *principal* maupun *agent* berusaha untuk mencapai tingkat kesejahteraan yang mereka kehendaki, sehingga dapat mendorong terjadinya praktik manajemen laba. Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan mempunyai kontrak dengan masyarakat sekitar untuk menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan memberikan tanggapan terhadap kelompok-kelompok yang berkepentingan untuk memberikan legitimasi atas tindakan perusahaan tersebut (Haniffa dan Cooke, 2005). Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam *stakeholder theory*, perusahaan tidak hanya melakukan kegiatan

usaha untuk kepentingan perusahaan sendiri, tetapi juga harus bermanfaat bagi para *stakeholder* yang ada di perusahaan. Teori-teori lain yang dipakai untuk penelitian ini adalah: teori mengenai definisi, motivasi, pola, dan teknik manajemen laba; teori mengenai ukuran perusahaan; serta teori mengenai definisi, prinsip-prinsip, manfaat, level, dan pengungkapan CSR.

Kusumastuti (2014) dan Purwanto (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR berpengaruh positif. Perusahaan besar akan mendapatkan tekanan politis, yaitu tekanan untuk melaksanakan aktivitas CSR. Dengan melakukan pengungkapan CSR, maka perusahaan dapat menghindari biaya yang lebih besar akibat tuntutan masyarakat sekitarnya. Perusahaan besar akan melakukan pengungkapan CSR untuk mendapatkan legitimasi dari para *stakeholder* yang ada di perusahaan (Nurkhin, 2009). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁: Ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR

Muliati (2011) serta Nariastiti dan Dwi Ratnadi (2014) 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:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba

Yip *et al.* (2011) dan Kim *et al.* (2011) menemukan bahwa pengungkapan CSR dengan manajemen laba berpengaruh negatif. Perusahaan yang memiliki komitmen yang kuat dalam melaksanakan aktivitas CSR untuk mendapatkan legitimasi dari lingkungan sekitarnya akan beroperasi sesuai dengan etika dan norma yang berlaku sehingga akan membatasi praktik manajemen labanya. Shleifer (2004) menyatakan, secara etika manipulasi yang tidak dapat diterima oleh sebagian besar orang terjadi lebih sedikit pada perusahaan yang memiliki komitmen yang kuat dalam melaksanakan aktivitas CSR. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₃: Pengungkapan CSR berpengaruh negatif pada manajemen laba

Perusahaan besar melakukan pengungkapan aktivitas CSR untuk mendapatkan legitimasi dan nilai positif dari masyarakat. Teori legitimasi menjelaskan bahwa legitimasi yang diperoleh perusahaan tidak terlepas dari etika perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial dan mengerahkan usaha dan sumber daya yang mereka miliki dalam memilih dan menerapkan praktik CSR untuk dapat memenuhi harapan etis para pemegang saham dan masyarakat sekitarnya, akan lebih membatasi praktik manajemen labanya sehingga dapat memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan (Kim *et al.* 2011). Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₄: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR

METODE PENELITIAN

Lokasi penelitian yang digunakan adalah Bursa Efek Indonesia (BEI) dengan membuka situs resminya di www.idx.co.id dan mengunduh laporan tahunan perusahaan sebagai data di tahun 2012-2014. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif berupa total aset, laba bersih, aliran kas dari aktivitas operasi, total aset tahun sebelumnya, perubahan pendapatan, perubahan piutang, dan aset tetap serta data kualitatif berupa item-item pengungkapan CSR perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder, yang didapat dari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sepanjang tahun 2012-2014.

Manajemen laba merupakan variabel bebas di penelitian ini. Manajemen laba diproksikan ke dalam *discretionary accruals*. Dalam penelitian ini menggunakan *modified jones model* untuk menghitung *discretionary accruals*. Sejalan dengan penelitian yang telah di lakukan oleh Dechow *et al.* (1995), *modified Jones model* bisa mendeteksi lebih baik manajemen laba daripada model-model lainnya.

Ukuran perusahaan merupakan variabel terikat di penelitian ini. Ukuran perusahaan diukur menggunakan total aset dan ditransformasikan dalam logaritma karena total aset nilainya relatif lebih besar. Proksi ukuran perusahaan dalam penelitian ini adalah total aset, hal tersebut dikarenakan total aset dinilai lebih stabil daripada proksi lain yang digunakan dalam mengukur ukuran perusahaan (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

Pengungkapan CSR merupakan variabel intervening di penelitian ini. Pengungkapan CSR diukur menggunakan indeks pengungkapan sosial yang merupakan indeks *dummy*. Instrumen pengukuran *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) yang dipakai untuk penelitian ini berdasarkan pada instrumen yang telah digunakan oleh Sembiring (2005). Pemilihan instrumen yang digunakan oleh Sembiring (2005) dikarenakan instrumen pengukuran CSR tersebut telah disesuaikan dengan masing-masing sektor industri yang ada. Rumus perhitungan CSRI yang digunakan berdasarkan Hannifa *et al.* (2005).

Seluruh perusahaan manufaktur yang *listing* di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014 merupakan populasi dalam penelitian ini. Pemilihan sampel dilakukan melalui teknik *purposive sampling*, adapun kriteria sampel yang digunakan adalah: Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI selama tahun 2012-2014; Perusahaan menerbitkan laporan tahunan selama tahun 2012-2014; Perusahaan tersebut mencantumkan pengungkapan CSR; Perusahaan dalam laporan keuangannya menggunakan mata uang rupiah.

Metode observasi non partisipan merupakan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Data yang dikumpulkan melalui observasi non partisipan dengan cara melakukan pengamatan, mencatat, serta mempelajari laporan tahunan dan laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan oleh Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui www.idx.co.id.

Analisis data yang dipakai untuk penelitian ini adalah analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur telah dikembangkan sebagai model dalam mengamati pengaruh tidak langsung serta pengaruh langsung dari variabel bebas terhadap

variabel terikat. Analisis jalur dalam penelitian ini menghasilkan dua persamaan regresi, yaitu substruktur 1 dan substruktur 2. Uji asumsi klasik yang harus dilakukan sebelum melakukan analisis jalur, diantaranya adalah: uji normalitas; uji multikolinearitas; uji heterokedastisitas; dan uji autokorelasi. Untuk dapat mengetahui seberapa besar variabel terikat bisa dijelaskan oleh variabel bebas dalam penelitian ini maka dilakukan uji koefisien determinasi. Untuk dapat mengetahui signifikansi pengaruh mediasi, maka dalam penelitian ini digunakan uji sobel (*sobel test*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada periode 2012-2014 terdapat 141 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Terdapat 78 perusahaan yang memenuhi kriteria *purposive sampling* dan layak dijadikan sampel penelitian. Proses pemilihan sampel sesuai dengan kriteria yang sudah ditetapkan disajikan dalam Tabel 1 berikut:

Tabel 1.
Jumlah Populasi dan Sampel

Keterangan	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2014	141
Perusahaan yang tidak menyediakan laporan tahunan selama tahun 2012-2014	(16)
Perusahaan yang tidak menyajikan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan	(23)
Perusahaan yang menggunakan mata uang asing dalam laporan keuangannya	(24)
Jumlah perusahaan yang digunakan sebagai sampel	78
Jumlah data observasi (78 perusahaan x 3 tahun pengamatan)	234

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Tabel 2.
Analisis Statistik deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Ukuran Perusahaan	234	11,1091	14,3730	12,294358	0,5948509
Pengungkapan CSR	234	0,1026	0,5385	0,238179	0,0918800
Manajemen Laba	234	-0,4189	0,4589	0,049636	0,1045967

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 2 dapat dilihat nilai minimum untuk ukuran perusahaan adalah 11,1091 dan nilai maksimumnya adalah 14,3730. *Mean* dari ukuran perusahaan adalah 12,294358, artinya bahwa rata-rata ukuran perusahaan pada 78 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012–2014 sebesar 12,294358. Standar deviasi untuk ukuran perusahaan adalah 0,5948509. Artinya terjadi penyimpangan nilai ukuran perusahaan terhadap nilai rata-ratanya sebesar 0,5948509.

Nilai minimum untuk pengungkapan CSR adalah 0,1026 dan nilai maksimumnya adalah 0,5385. *Mean* dari pengungkapan CSR adalah 0,238179, artinya bahwa rata-rata pengungkapan CSR pada 78 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012-2014 sebesar 0,238179. Standar deviasi untuk pengungkapan CSR adalah 0,0918800. Artinya terjadi penyimpangan nilai pengungkapan CSR terhadap nilai rata-ratanya sebesar 0,0918800.

Nilai minimum untuk manajemen laba adalah -0,4189 dan nilai maksimumnya adalah 0,4589. *Mean* dari manajemen laba adalah 0,049636, artinya bahwa rata-rata manajemen laba pada 78 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012–2014 sebesar 0,049636. Standar deviasi untuk manajemen laba adalah 0,1045967. Artinya terjadi penyimpangan nilai manajemen laba terhadap nilai rata-ratanya sebesar 0,1045967.

Tabel 3.
Hasil Uji Normalitas Substruktur 1

Keterangan	Unstandardized residual
N	234
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,113

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Tabel 4.
Hasil Uji Normalitas Substruktur 2

Keterangan	Unstandardized residual
N	234
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,057

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 3 dan Tabel 4 bisa dilihat bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) substruktur 1 dan substruktur 2 lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa model di penelitian ini terdistribusi normal.

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF
Ukuran Perusahaan	0,718	1,393
Pengungkapan CSR	0,718	1,393

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 5 Dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* lebih besar dari 10 persen (0,1) dan nilai VIF kurang dari 10. Hal tersebut menunjukkan model di penelitian ini bebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 6.
Hasil Uji Heterokedastisitas

Variabel	Sig.	Keterangan
Ukuran Perusahaan (Substruktur 1)	0,263	Bebas heteroskedastisitas
Ukuran Perusahaan (Substruktur 2)	0,928	Bebas heteroskedastisitas
Pengungkapan CSR (Substruktur 2)	0,461	Bebas heteroskedastisitas

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh diantara variabel bebas dengan *absolute* residual lebih besar dari 0,05. Berdasarkan nilai signifikansi tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat masalah heterokedastisitas dalam model yang dibuat di penelitian ini.

Tabel 7.
Hasil Uji Autokolerasi

	Sig.	Keterangan
RES2 (Substruktur 1)	0,274	Bebas Autokolerasi
RES4 (Substruktur 2)	0,194	Bebas Autokolerasi

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 7 dapat dilihat bahwa nilai signifikansi residual lag 2 (RES2) dan residual lag 4 (RES4) lebih besar dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah autokolerasi dalam model di penelitian ini.

Tabel 8.
Regresi Substruktur 1

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	-0,771	0,106		0,000
Ukuran perusahaan (X_1)	0,082	0,009	0,531	0,000
R Square				0,282
Sig. F				0,000

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Tabel 9.
Regresi Substruktur 2

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	0,421	0,151		0,406
Ukuran perusahaan (X_1)	-0,026	0,013	-0,148	0,047
Pengungkapan CSR (X_2)	-0,216	0,084	-0,190	0,011
R Square				0,088
Sig. F				0,000

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Berdasarkan Tabel 8 dan Tabel 9 diketahui persamaan substruktural sebagai berikut:

1) Substruktur I

$$X_2 = P_1 X_1 + e_1$$

$$X_2 = 0,531 X_1 + e_1$$

2) Substruktur II

$$Y = P_2 X_1 + P_3 X_2 + e_2$$

$$Y = -0,148 X_1 + (-0,190) X_2 + e_2$$

Berdasarkan model substruktur 1 dan substruktur 2, maka selanjutnya menghitung standar *error* model.

$$e_i = \sqrt{1 - R_i^2}$$

$$e_1 = \sqrt{1 - R_1^2} = \sqrt{1 - 0,282} = 0,847$$

$$e_2 = \sqrt{1 - R_2^2} = \sqrt{1 - 0,088} = 0,955$$

Setelah menentukan koefisien jalur pada setiap persamaan model regresi maka dapat dihitung besarnya pengaruh langsung, pengaruh tidak langsung, dan pengaruh total antar variabel. Perhitungan dari pengaruh antarvariabel adalah sebagai berikut:

Tabel 10.
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung serta Pengaruh Total Ukuran Perusahaan (X₁), Pengungkapan CSR (X₂), dan Manajemen Laba (Y)

	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung	Pengaruh Total
Ukuran Perusahaan (X ₁) ke Pengungkapan CSR (X ₂)	0,531		0,531
Ukuran Perusahaan (X ₁) ke Manajemen laba (Y)	-0,148	-0,101	-0,249
Pengungkapan CSR (X ₂) ke Manajemen laba (Y)	-0,190		-0,190

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Pemeriksaan validitas model analisis jalur akhir dapat dilakukan dengan menghitung koefisien determinasi total, dimana hasilnya dapat diperoleh sebagai berikut:

$$R^2_m = 1 - (e_1)^2(e_2)^2$$

$$R^2_m = 1 - (0,847)^2(0,955)^2$$

$$R^2_m = 0,346$$

Berdasarkan perhitungan diatas, menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi total sebesar 0,346. Hal ini menunjukkan bahwa variasi data yang dapat dipengaruhi oleh model dalam penelitian ini sebesar 34,6 persen. Informasi yang terkandung dalam data adalah sebesar 34,6 persen yang dapat dijelaskan oleh model, sedangkan sisanya 65,4 persen diejelaskan oleh variabel lain yang terdapat diluar model dan juga *error*.

Pengaruh mediasi ditunjukkan oleh perkalian koefisien ($P_1 \times P_3$), nilai perkalian koefisien tersebut signifikan atau tidak diuji dengan *sobel test* sebagai berikut:

$$\begin{aligned} sab &= \sqrt{b^2 sa^2 + a^2 sb^2 + sa^2 sb^2} \\ sab &= \sqrt{(-0.190)^2(0.009)^2 + (0,531)^2(0.084)^2 + (0,009)^2(0.084)^2} \\ sab &= \sqrt{0.002} \\ sab &= 0,045 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas dapat dihitung nilai t hitung pengaruh mediasi sebagai berikut:

$$t = \frac{ab}{sab} = \frac{-0.101}{0.045} = -2,260$$

Hasil uji sobel menunjukan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -2,260 lebih kecil dari - t_{tabel} sebesar -1.96 dengan tingkat signifikansi 0.05, berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa koefisien mediasi sebesar -101 signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi.

Pengujian kelayakan model dilakukan sebelum menguji hipotesis. Jika hasil dari uji F adalah signifikan, maka artinya kedua variabel bebas mempengaruhi secara simultan variabel terikat dan model yang digunakan dianggap layak uji. Berdasarkan Tabel 8 dan Tabel 9 dapat dilihat nilai signifikan uji F yaitu sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 5 persen. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel bebas berpengaruh secara serempak terhadap variabel terikat dengan tingkat signifikansi 5 persen, sehingga model dalam penelitian ini layak uji dan pembuktian hipotesis dapat dilakukan.

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual pada variabel terikat maka dilakukan uji hipotesis. Hasil Tabel 8 menunjukkan nilai signifikansi

sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$), yang artinya H_1 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR dengan nilai P_1 (*standardized coefficients*) 0,531. Keadaan ini menggambarkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan mengakibatkan pengungkapan CSR ikut meningkat. Perusahaan besar akan lebih mendapat pengawasan publik, pengungkapan CSR yang lebih banyak merupakan bentuk pengurangan biaya politis yang dilakukan oleh perusahaan. Perusahaan besar memiliki kegiatan usaha yang lebih kompleks sehingga akan sangat berpengaruh pada masyarakat sekitarnya. Hal tersebut mengakibatkan investor akan lebih memberikan perhatian mengenai program sosial yang dilakukan perusahaan, sehingga pengungkapan CSR akan semakin luas (Cowen *et al.*, 1987). Hasil penelitian tersebut didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kusumastuti (2014) dan Purwanto (2011) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif diantara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR.

Hasil Tabel 9 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,047 ($0,047 < 0,05$), yang artinya H_2 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba dengan nilai P_2 (*standardized coefficients*) -0,148. Kondisi ini menggambarkan bahwa peningkatan ukuran perusahaan akan menyebabkan terjadinya penurunan manajemen laba. Basis pemegang kepentingan yang dimiliki oleh perusahaan yang berukuran besar akan lebih luas, sehingga kebijakan-kebijakan yang dilakukan akan berdampak besar bagi kepentingan masyarakat luas daripada perusahaan kecil. Perusahaan besar memiliki kecenderungan untuk meminimalisir praktik manajemen labanya. Hal ini

terjadi karena pemegang saham dan pihak luar di perusahaan besar dianggap lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan kecil, sehingga tekanan yang lebih besar akan dihadapi perusahaan besar untuk menyajikan laporan keuangan yang lebih akurat. Hasil penelitian tersebut didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Muliati (2011), Jao dan Pagalung (2011), serta Nariastiti dan Dwi ratnadi (2014) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif diantara ukuran perusahaan dengan manajemen laba.

Hasil Tabel 9 menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,011 ($0,011 < 0,05$), yang artinya H_3 diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif pada manajemen laba dengan nilai P_3 (*standardized coefficients*) -0,148. Keadaan ini menggambarkan bahwa peningkatan pengungkapan CSR akan menyebabkan terjadinya penurunan 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 meminimalisir praktik manajemen laba. Chun (2005) menemukan bahwa organisasi yang beretika akan memiliki integritas dengan bertindak tulus, jujur, dapat dipercaya, dan bertanggung jawab sosial. Dalam perspektif etika organisasi yang bertanggung jawab secara sosial dan melakukan pengungkapan CSR akan lebih minimal atau tidak melakukan praktik manajemen laba, karena dasar pengembangan dari perspektif etika ini adalah melakukan pelaporan dengan jujur. Hasil penelitian tersebut didukung penelitian yang telah dilakukan oleh Kim *et al.* (2011), Putri (2012), dan Yip *et al.*

(2011) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif diantara pengungkapan CSR dengan manajemen laba.

Hasil uji sobel menunjukan bahwa nilai t_{hitung} sebesar -2,260 lebih kecil dari t_{tabel} sebesar -1.96 dengan tingkat signifikansi 0.05 ($-2,260 < -1.96$), yang artinya H_4 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa koefisien mediasi sebesar -101 signifikan yang berarti terdapat pengaruh mediasi, sehingga ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Perusahaan besar mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya untuk memperoleh legitimasi dan nilai positif dari masyarakat. Suchman (1995) berpendapat bahwa legitimasi merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Hal ini terjadi karena dalam perkembangan perusahaan kedepan, legitimasi masyarakat kepada perusahaan menjadi faktor strategis dalam menentukan perkembangan perusahaan. Lanis dan Richardson (2012) mengatakan bahwa membentuk profil organisasi yang baik merupakan tujuan perusahaan mengungkapkan banyak informasi tentang aktivitas CSR mereka. Oleh karena itu, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam melakukan tindakan manajemen laba karena tidak konsisten dengan tujuan pembentukan profil tersebut. Praktik kecurangan seperti manajemen laba dapat menghilangkan pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR. Hasil penelitian ini mengembangkan penelitian yang telah dilakukan oleh Kusumastuti dan (2014) dan Purwanto (2011) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh positif signifikan diantara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR, serta Kim *et al* (2011) dan Yip *et al.* (2011) yang menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif diantara pengungkapan CSR dengan manajemen laba.

SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian yang telah dilakukan bertujuan untuk dapat membuktikan adanya pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR, pengaruh ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR pada manajemen laba, serta pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Berdasarkan hasil analisis dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh positif pada pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan CSR dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran lebih kecil. Hal ini dikarenakan tekanan politis perusahaan besar akan lebih besar daripada perusahaan yang berukuran lebih kecil. Semakin luas perusahaan mengungkapkan CSR, maka kedepannya perusahaan dapat menghindari biaya yang lebih besar akibat tuntutan masyarakat. Dengan kata lain, perusahaan membutuhkan legitimasi dari masyarakat sekitarnya.

Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan besar akan lebih membatasi praktik manajemen laba daripada perusahaan kecil. Perusahaan yang lebih besar mempunyai sedikit motivasi untuk melakukan manajemen laba. Hal ini terjadi karena pemegang saham dan pihak luar di perusahaan besar dianggap lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan kecil. Basis investor yang lebih besar terdapat pada perusahaan besar, sehingga perusahaan besar akan mendapat tekanan yang lebih kuat untuk menampilkan laporan keuangan yang dapat dipercaya.

Pengungkapan CSR secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba. Hal ini menunjukkan 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.

Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR. Hal ini menunjukkan pengungkapan CSR mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Perusahaan besar yang mengungkapkan lebih banyak CSR akan membatasi terjadinya praktik manajemen laba. Perusahaan besar akan mengungkapkan CSR untuk memperoleh legitimasi dan nilai positif dari masyarakat. Perusahaan lebih membatasi praktik manajemen laba dengan mengungkapkan CSR karena tidak konsisten dengan tujuan perusahaan mendapatkan legitimasi dan nilai positif tersebut.

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan dalam penelitian ini, dapat diajukan beberapa saran. Bagi pihak *stakeholder* terutama pihak investor dan kreditor yang berhubungan langsung dengan perusahaan agar memperhatikan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh manajemen perusahaan, terutama perusahaan manufaktur, untuk cermat dalam mengambil keputusan investasi.

Bagi pihak manajemen, diharapkan berkomitmen untuk mengungkapkan aktivitas CSR secara lebih transparan, terutama yang berdampak positif bagi

lingkungan sekitarnya. Sehingga dengan pengungkapan CSR akan membantu perusahaan mendapat dukungan dari lingkungan sekitar maupun orang yang berkepentingan pada perusahaan.

Penelitian selanjutnya agar dapat menggunakan proksi selain total aset seperti total penjualan dan kapitalisasi pasar untuk mengukur ukuran perusahaan. Selain itu penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel lain baik sebagai variabel bebas maupun variabel intervening yang dapat mempengaruhi manajemen laba agar mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

REFERENSI

- Chun, R. 2005. Ethical character and virtue of organizations: an empirical assessment and strategic implications. *Journal of Business Ethics*, 57: 269-284.
- Cowen, S., Ferrari, L. and L. Parker. 1987. The Impact of Corporate Characteristics on Social Accounting Disclosure: A Topology and Frequency Based Analysis. *Accounting, Organisations and Society*, 12(2): 111-122.
- Dechow, P. M., Sloan, R.G., dan Sweeney, A.P. 1995. Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*, 70: 193-225.
- Financial Accounting Standard Board (FASB) dalam Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) NO. 1 Tahun 1978.
- Fischer, M. dan Kenneth Rosenzweig. 1995. Attitude of Students and Accounting Practitioners Concerning the Ethical Acceptability of Earnings Management. *Journal of Business Ethics*, 14: 433-444.
- Friedlan, John M. 1994. Accounting Choices of Issuers of Initial Publik Offerings. *Contemporary Accounting Research*, 11:1-31.
- Ghozali, I. dan Anis Chariri. 2007. *Teori Akuntansi*. Edisi 3. Semarang: Badan Penerbitan Undip.
- Hackston, D. dan Markus J. Milne. 1996. Some Determinants of Social and Environmental Disclosure in New Zealand Companies. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9(1): 77-100.

- Haniffa, R. M., dan Terry E. Cooke. 2005. The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24: 391-430.
- Hilmi, U. dan Syaiful Ali. 2008. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan (Studi Empiris pada Perusahaan-perusahaan yang Terdaftar di BEJ Periode 2004-2006). *Simposium Nasional*.
- Jao, R. dan Pagalung, G. 2011. Corporate Governance, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1): 1-94.
- Junitasari, Putu Diah Krisna. 2015. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Good Corporate Governance pada Nilai Perusahaan. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Kim, Y., M.S. Park, and B. Wier. 2012. Is Earning Quality Associated with Corporate Social Responsibility?. *The Accounting Review, Forthcoming*. 87(3): 761-796.
- Kusumastuti, I. P. 2014. Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran, Umur dan Komposisi Dewan Direksi terhadap Pengungkapan CSR. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Lanis, R., dan Richardson, G. 2012. Corporate Social Responsibility and Tax Aggresiveness: an Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*. 31: 86-108.
- Marihot, Nasution M dan Setyawan, Doddy. 2007. Pengaruh Corporate Governance terhadap Manajemen Laba di Industri Perbankan Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi X*. Makasar.
- Merchant, K. dan J. Rockness. 1994. The Ethics of Managing Earnings: An Empirical Investigation. *Journal of Accounting and Public Policy*. 13: 79-94.
- Mulford, C. dan Eugene Comiskey. 2010. *The Financial Numbers Game Detecting Creative Accounting Theory*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Muliati, Ni Ketut. 2011. Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan pada Praktik Manajemen Laba di Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Tesis*, Program Magister Program Studi Akuntansi Program Pascasarjana Universitas Udayana, Denpasar.
- Nariastiti, Ni W. dan Ni Made Dwi Ratnadi. 2014. Pengaruh Asimetri Informasi, Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 9(3): 717-727.

- Nurkhin, Ahmad. 2009. Corporate Governance dan Profitabilitas; Pengaruhnya terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Putra, I G. B. Alit Wahyu Palguna. 2013. Pengaruh Tingkat Pengungkapan Item Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI – KEHATI Selama Tahun 2009 – 2011). *Skripsi*, Pogram Sarjana Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.
- Purwanto, A. 2011. Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi & Auditing*, 8(1): 1-94.
- Putri, A. R. S. 2012. Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2011). *Skripsi*, Pogram Sarjana Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Rahmani, Samira and Akbari, Mir Askari . 2013. Impact of Firm Size and Capital Structure on Earnings Management: Evidence from Iran. *World of Sciences Journal*. ISSN: 2307-3071.
- Schipper, K. 1989. Commentary on Earnings Management. *Accounting Horizons*. 9-102.
- Sembiring , E. R. 2005. Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Study Empiris pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi 8*.
- Shleifer, A. 2004, Does Competition Destroy Ethical Behavior?. *Working Paper*. Harvard University.
- Sudarmadji, Ardi Murdoko dan Sularto, Lana. 2007. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, leverage, dan Tipe Kepemilikan Perusahaan Terhadap Luas Voluntary Disclosure Laporan Keuangan Tahunan. *Proceeding PESAT*, Volume 2.
- Sulistiyanto, H. Sri. 2008. *Manajemen Laba, Teori dan Model Empiris*. Jakarta: Grasindo.
- Suchman, M. C. 1995. Managing Legitimacy: Strategies and Institutional Approach. *Academy of Management Review*, 20(3): 571-610.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.
- Xiong. Y. 2006. Earings Management and it's Measurement: A Theoretical Perspective. *Journal of American Academy of Business*, 214-219.

- Yan, Sophia. 2015. Toshiba CEO resigns over \$1.2 billion accounting scandal. <http://money.cnn.com/2015/07/21/investing/toshiba-ceo-resigns/>. Diunduh tanggal 2 Desember 2015.
- Yip, Erica., Staden, Chris Van., dan Cahan, Steven. 2011. Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: The Role of Political Costs. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 5(3): 17-34.