

ABSTRAK

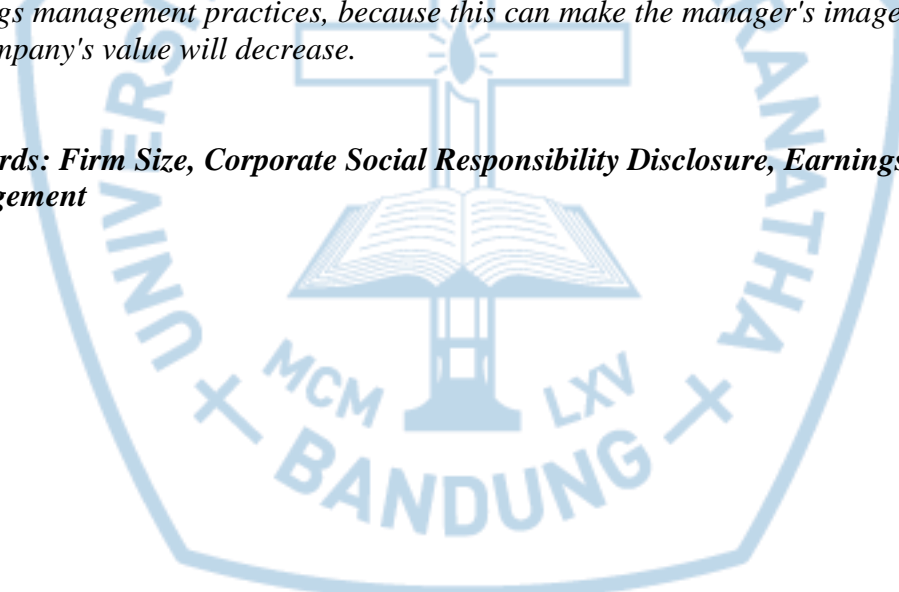
Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan sub sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019. Ukuran perusahaan mampu memberikan pengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan *corporate social responsibility* mampu memediasi pengaruh antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Metode penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari *annual report*. Sampel penelitian sebanyak 14 perusahaan, teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Teknik analisis data menggunakan *mediation regression analysis* (MRA). Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori keagenan, teori legitimasi, dan teori *stakeholder*. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*, ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba, pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba, adapun pengungkapan *corporate social responsibility* mampu memediasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Penelitian ini diharapkan dapat memberi pemahaman agar perusahaan dapat meminimalkan praktik manajemen laba, karena hal tersebut dapat membuat citra manajer menjadi buruk dan nilai perusahaan menjadi turun.

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

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of firm size on earnings management with disclosure of corporate social responsibility as an intervening variable in food and beverage sub-sector companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2015-2019. Firm size is able to influence earnings management, while corporate social responsibility is able to mediate the effect of firm size on earnings management. The research method uses quantitative descriptive, data collection techniques using secondary data obtained from the annual report. The research sample was 14 companies, the sampling technique used purposive sampling. The data analysis technique used mediation regression analysis (MRA). The theories used in this research are agency theory, legitimacy theory, and theory stakeholder. Based on the results of the study, it shows that firm size affects the disclosure of corporate social responsibility, firm size affects earnings management, disclosure corporate social responsibility affects earnings management, while disclosure is corporate social responsibility able to mediate the effect of firm size on earnings management. This research is expected to provide an understanding so that companies can minimize earnings management practices, because this can make the manager's image bad and the company's value will decrease.

Keywords: *Firm Size, Corporate Social Responsibility Disclosure, Earnings Management*

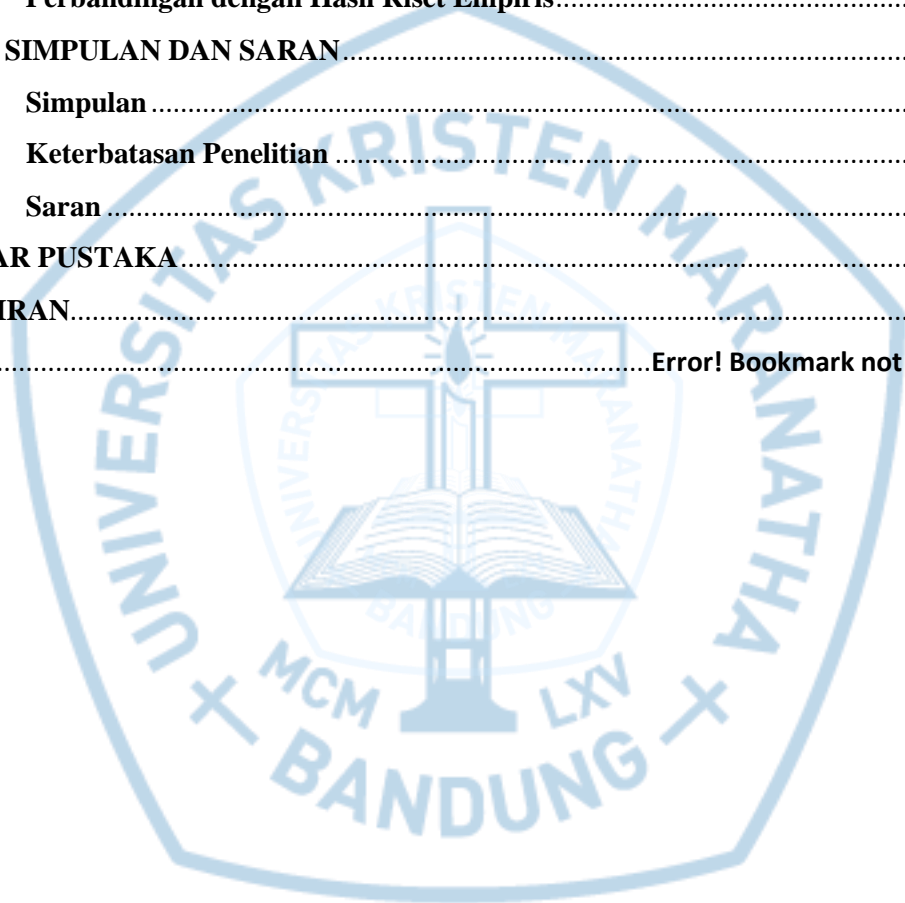


DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kajian Pustaka	6
2.1.1 Teori Keagenan	6
2.1.2 Teori legitimasi	6
2.1.3 Teori <i>Stakeholder</i>	7
2.1.4 Ukuran Perusahaan	7
2.1.5 Manajemen Laba.....	9
2.1.5.1 Pengertian Manajemen Laba.....	9
2.1.5.2 Motivasi Manajemen Laba.....	10
2.1.5.3 Praktik Manajemen Laba	11
2.1.6 <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.1.6.1 Pengertian <i>Corporate Social Responsibility</i>	12
2.1.6.2 Prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.1.6.3 pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	13
2.2 Penelitian Terdahulu	14
2.3 Kerangka Teori	19
2.4 Rerangka Pemikiran.....	20
2.5 Hipotesis Penelitian.....	21

BAB III METODE PENELITIAN	23
3.1 Jenis Penelitian	23
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	23
3.3 Definisi Operasional Variabel (DOV)	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Teknik Analisis Data	27
3.5.2 Uji Normalitas	27
3.5.4 Uji Multikolinearitas	27
3.5.5 Uji Heteroskedastisitas	28
3.5.6 Uji Autokorelasi	28
3.5.7 Pengaruh langsung dan tidak langsung	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	32
4.1 Hasil Penelitian	32
4.1.1 Deskripsi Objek Penelitian	32
4.2 Analisis Deskriptif	33
4.2.1 Perkembangan Ukuran Perusahaan	33
4.2.2 Perkembangan Manajemen Laba	35
4.2.3 Perkembangan Pengungkapan <i>Coporate Social Responsibility</i>	37
4.3 Uji Asumsi Klasik	39
4.4 Pengujian Hipotesis	43
4.4.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan CSR	44
1. Uji Pengaruh Individual (Uji Signifikan t)	44
2. Uji <i>Goodness of Fit</i>	45
4.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	46
1. Uji Pengaruh Individual (Uji Signifikan t)	46
2. Uji <i>Goodness of Fit</i>	46
4.4.3 Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Manajemen Laba	47
1. Uji Pengaruh Individual (Uji Signifikan t)	47
2. Uji <i>Goodness of Fit</i>	48
4.4.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Melalui Pengungkapan CSR	49
1. Uji Pengaruh Individual (Uji Signifikan t)	49
2. Uji <i>Goodness of Fit</i>	50

4.5	Pembahasan.....	53
4.5.1	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>	53
4.5.2	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	53
4.5.3	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba	54
4.5.4	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba Melalui Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>Error! Bookmark not defined.	
4.6	Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	55
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	58
5.1	Simpulan	58
5.2	Keterbatasan Penelitian	59
5.3	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	63
Error! Bookmark not defined.	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.3	Kerangka Teori.....19
Gambar 2.4	Kerangka Pemikiran.....20
Gambar 4.1	Rata-rata Perkembangan Ukuran Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019.....34
Gambar 4.2	Rata-rata Perkembangan Manajemen Laba Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019.....36
Gambar 4.3	Rata-rata Perkembangan CSR Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019.....38
Gambar 4.4	Model <i>Mediation Regression Analysis</i>43
Gambar 4.5	Hasil Uji <i>Mediation Regression Analysis</i>51



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu.....14
Tabel 3.2	Kriteria Pemilihan Sampel.....24
Tabel 3.3	Definisi Operasional Variabel.....24
Tabel 3.4	Tabel Durbin Watson.....29
Tabel 4.1	Data Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman yang dijadikan sampel.....32
Tabel 4.2	Perkembangan Ukuran Perusahaan Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019.....33
Tabel 4.3	Perkembangan Manajemen Laba Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019.....35
Tabel 4.4	Rata-rata Perkembangan CSR Sub Sektor Makanan dan Minuman Tahun 2015-2019.....37
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas.....40
Tabel 4.6	Hasil Uji Multikolinieritas.....41
Tabel 4.7	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....42
Tabel 4.8	Hasil Uji Autokorelasi.....43
Tabel 4.9	Uji Regresi Linier Hipotesis I.....44
Tabel 4.10	Pengujian Hipotesis I.....45
Tabel 4.11	Uji Regresi Linier Hipotesis II.....46
Tabel 4.12	Pengujian Hipotesis II.....47
Tabel 4.13	Uji Regresi Linier Hipotesis III.....47
Tabel 4.14	Pengujian Hipotesis III.....48
Tabel 4.15	Uji Regresi Linier Hipotesis IV.....49
Tabel 4.16	Pengujian Hipotesis Total.....50
Tabel 4.17	Koefisien Determinasi Total.....50
Tabel 4.18	Hasil Pengujian Secara Keseluruhan.....52
Tabel 4.19	Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....56

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN A	Kerangka Teori.....64
LAMPIRAN B	Kerangka Pemikiran.....65
LAMPIRAN C	Rata-rata Perkembangan Ukuran Perusahaan.....66
LAMPIRAN D	Grafik Rata-rata Perkembangan Manajemen Laba.....66
LAMPIRAN E	Rata-rata Perkembangan Pengungkapan CSR.....67
LAMPIRAN F	Model <i>Mediation Regression Analysis</i>67
LAMPIRAN G	Hasil Uji <i>Mediation Regression Analysis</i>67
LAMPIRAN H	Penelitian Terdahulu.....68
LAMPIRAN I	Kriteria Pemilihan Sampel.....73
LAMPIRAN J	Definisi Operasional Variabel.....73
LAMPIRAN K	Tabel durbin watson.....76
LAMPIRAN L	Data Sampel Perusahaan Makanan dan Minuman.....76
LAMPIRAN M	Perkembangan Ukuran Perusahaan.....76
LAMPIRAN N	Perkembangan Manajemen Laba.....77
LAMPIRAN O	Perkembangan Pengungkapan CSR.....78
LAMPIRAN P	Hasil Uji Normalitas.....78
LAMPIRAN Q	<i>Hasil Uji Multikolinieritas</i>79
LAMPIRAN R	<i>Hasil Uji Heteroskedastisitas</i>79
LAMPIRAN S	<i>Hasil Uji Autokorelasi</i>80
LAMPIRAN T	Uji Regresi Linear Hipotesis I.....80
LAMPIRAN U	Pengujian Hipotesis I.....80
LAMPIRAN V	Uji Regresi Linear Hipotesis II.....81
LAMPIRAN W	Pengujian Hipotesis II.....81
LAMPIRAN X	Uji Regresi Linear Hipotesis III.....81
LAMPIRAN Y	Pengujian Hipotesis III.....82
LAMPIRAN Z	Uji Regresi Linear Hipotesis IV.....82

LAMPIRAN Z1	Pengujian Hipotesis Total.....	82
LAMPIRAN Z2	Koefisien Determinasi Total.....	83
LAMPIRAN Z3	Hasil Pengujian Secara Keseluruhan.....	83
LAMPIRAN Z4	Perbandingan dengan Hasil Riset Empiris.....	83

