Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap

by Fitri Yenni

Submission date: 06-Apr-2023 10:27AM (UTC+0700)
Submission ID: 2057205765
File name: Pengaruh_Ukuran_Perusahaan_dan_Umur_Perusahaan_terhadap.pdf (630.22K)
Word count: 4932
Character count: 31410

J-MAS

Jurnal Manajemen dan Sains, 7(2), Oktober 2022, 951-959
Program Magister Manajemen Universitas Batanghari
ISSN 2541-6243 (Online), ISSN 2541-688X (Print), DOI 10.33087/jmas.v7i2.575

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan CSR sebagai Variabel Intervening

Fitri Yeni, Putri Intan Permata Sari, Nelvia
Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang
*Correspondence e-mail: putriintanpermatasari@upiyptk.ac.id

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap manajemen laba dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Metode pengumpulan data dengan mengamati laporan keuangan perusahaan manufaktur yang dipublikasikan di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019. Metode analisis yang digunakan yaitu analisis jalur dan teknik pengumpulan sampel yaitu *purposive sampling,* dengan jumlah sampel 33 perusahaan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah laporan keuangan tahunan perusahaan yang diperoleh dari situs resmi Bursa Efek Indonesia yaitu www.idx.co.id. Hasil penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Tidak adanya pengaruh antara umur perusahaan terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Tidak adanya pengaruh antara umur perusahaan terhadap manajemen laba.Terdapat pengaruh anatara *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. *Corporate social responsibility* tidak dapat memediasi ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. *Corporate social responsibility* dapat memediasi umur perusahaan terhadap manajemen laba.

Kata kunci : Corporate Social Responsibility; Manajemen Laba; Ukuran Perusahaan; Umur Perusahaan

Abstract. *This study aims to determine how much influence firm size and firm age have on earnings management by disclosing corporate social responsibility as an intervening variable. The method of data collection is by observing the financial statements of manufacturing companies published on the Indonesia Stock Exchange in the 2015-2019 period. The analysis method used is path analysis and sample collection techniques is purposive sampling, with a sample 0f 33 companies. The data used in this study are the company's annual financial statements obtained from the official website of the Indonesia Stock Exchange, namely www.idx.co.id. The results of this study found that firm size has no effect on corporate social responsibility as an intervening variable. There is no influence between firm age on corporate social responsibility as an intervening variable. Firm size affects earnings management. There is no influence between firm age on earnings management. There is an influence between corporate social responsibility on earnings management. Corporate social responsibility cannot mediate firm size on earnings management. Corporate social responsibility can mediate the firm age on earnings management.*

Keywords *: Corporate Social Responsibility; Earnings Management; Firm Size; Firm Age*

PENDAHULUAN

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menyediakan barang mentah (bahan baku) atau bahan setengah jadi. Perkembangan perusahaan manufaktur di Indonesia saat ini sangat pesat karena perusahaan manufaktur dinilai dapat memberikan dampak yang positif serta berkelanjutan dengan luas sehingga mampu meningkatkan nilai tambah bahan baku, memperbanyak tenaga kerja, menghasilkan sumber devisa terbesar, serta penyumbang pajak dan bea cukai terbesar (*www.investindonesia.go.id*). Pertumbuhan perusahaan manufaktur besar dan sedang pada tahun 2019 naik sebesar 4,01% dari tahun sebelumnya. Kenaikan tersebut disebabkan oleh naiknya produksi industri percetakan dan reproduksi media rekaman, naik sebesar 19,58%. Sedangkan industri yang mengalami penurunan produksi terbesar yaitu barang logam, bukan mesin dan peralatannya turun 18,49%. Pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang triwulan IV tahun 2019 naik sebesar 3,62% (y-on-y) di banding triwulan IV tahun 2018. Kenaikan tersebut dikarenakan naiknya produksi industri farmasi, produksi obat kimia dan barang dari bahan kimia dan obat tradisional, naik 18,58%. Sedangkan industri yang mengalami penurunan produksi terbesar adalah industri barang logam, bukan mesin dan peralatannya, turun 19,78%. Pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang triwulan IV pada tahun 2019 naik sebear 0,09% (q-to-q) dibanding triwulan III pada tahun 2019. Industri yang mengalami kenaikan produksi tertinggi adalah industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia, naik sebesar 13,07%. Sedangkan industri yang mengalami penurunan terbesar adalah industri komputer, barang elektronik dan optik, turun sebesar 11,85% (*www.bps.go.id*).

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meperoleh laba dan keuntungan, serta untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kesejahteraan pemegang dan pemilik saham agar tercapainya keuntungan yang maksimal. Perilaku manajemen untuk mengatur suatu laba sesuai dengan keinginannya disebut dengan istilah manajemen laba (*earning management*). Manajemen laba adalah suatu kondisi dimana pihak manajemen melakukan tindakan intervesi terhadap proses penyusunan laporan keuangan perusahaan bagi pihak ekternal dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui informasi laporan keuangan perusahaan, namun intervensi yang

dilakukan masih dalam kerangka standar akuntansi yaitu masih menggunakan metode dan prinsip akuntansi yang diakui dan diterima secara umum (Wilson & Prasetyo, 2020). Manajemen laba juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total asset yang dimiliki, perusahaan dikatakan besar apabila memiliki nilai total asset yang lebih tinggi, sebaliknya perusahaan yang berukuran kecil juga memiliki total asset yang lebih rendah. Perusahaan besar biasanya menyegerakan menerbitkan laporan keuangan untuk menunjukkan banyaknya sumber informasi dan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut (Astuti & Erawati, 2018).

Umur perusahan adalah waktu yang dimiliki oleh perusahaan sejak berdirinya perusahaan sampai waktu yang tidak terbatas, umur perusahaan merupakan suatu cerminan bahwa perusahaan tersebut tetap *survive* dan mampu bersaing dalam dunia bisnis (Agustia & Suryani, 2018). Semakin lama perusahaan tersebut berdiri maka semakin banyak orang yang mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan dapat dinilai sebagai perusaahaan yang akan menghasilkan laba dengan baik, dengan panjangnya jangka umur perusahaan yang telah berdiri itu menandakan perusahaan masih mampu bersaing di dunia bisnis dan mampu menguasai pasar. Saat ini informasi keuangan bukan lagi merupakan hal yang utama bagi investor untuk memutuskan berinvestasi di suatu perusahaan, pada saat sekarang investor dapat memutuskan untuk menanamkan modalnya disuatu perusahaan dengan menggunakan infomasi keuangan dan *non* keuangan. Informasi keuangan dapat diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan dan informasi non keuangan dapat di peroleh melalusi CSR *(corporate social responsibility)* yang mana dalam pengungkapan CSR ini meliputi informasi tentang karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan (Christina & Alexander, 2019). *Corporate social responsibility* merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi manajemen laba. Perusahaan yang melakukan kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keuangannya akan mendapat manfaat berupa citra positif dari masyarakat dan para *stakeholder* nya. Citra yang positif yang di dapat dari pelaporan dan pengungkapan *corporate social responsibility* akan menjadi peluang yang bagus bagi pihak manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba karena secara tidak langsung pengguna laporan maupun investor telah memberikan penilaian yang bagus terhadap perusahaan tersebut (Santi & Wardani, 2018).

Adanya penyimpangan seperti manipulasi laporan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan oleh beberapa perusahaan. Kurang optimalnya pengelolaan manajemen laba sehingga hanya dapat menguntungkan beberapa pihak saja, serta kurang optimalnya perusahaan dalam mengungkapkan *corporate social responsibility* yang mengakibatkan perusahaan akan mendapatkan dampak image negatif dari masyarakat sekitar. Perusahaan yang memiliki umur masih muda atau perusahaan yang masih berukuran kecil akan mendapatkan kurang kepercayaan dari para stakeholder untuk menanamkan sahamnya di perusahaan.

Agency Theory

Teori keagenan atau *agency theory* merupakan suatu kontrak yang diadakan antara investor dengan manajer perusahaan. Inti dari hubungan keagenan ini yaitu adanya pemisah antara kepemilikan dan pengendalian. Adanya perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak yang dapat menimbulkan konflik keagenan. Konsep teori keagenan di dasari pada permasalahan agensi yang timbul ketika pengurusan sebuah perusahaan terpisah dari kepemilikannya. Perusahaan merupakan sistem yang memberikan peluang untuk berbagai peserta agar berkontribusi dalam bentuk modal, keahlian serta tenaga kerja dalam rangka memaksimalkan keuntungan jangka panjang. Peserta yang berkontribusi pada modal disebut sebagai pemilik, sedangkan peserta yang berkontribusi dalam keahlian dan tenaga kerja disebut pengelola perusahaan (agen). Keberadaan kedua peserta ini (pelaku dan agen) menyebabkan timbulnya permasalahn tentang sistem yang harus di bentuk untuk menyerasikan kepentingan diantara kedua belah pihak (Irianti, 2020).

Manajemen Laba

Menurut Debnath (2017) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan suatu intervensi yang di sengaja dalam pelaporan keuangan eksternal dengan motif keuntungan pribadi. Manajemen laba dapat diupayakan dalam dua cara yang terpisah, yang pertama yaitu melalui manipulasi aktivitas yang nyata dimana manajemen digunakan untuk menyesuaikan aktivitas aktual suatu organisasi untuk menipu investor dan yang kedua yaitu pengguna aktual akuntansi. Jika pihak manajemen perusahaan melakukan tindakan manajemen laba, maka laporan keuangan tersebut tidak lagi menggambarkan keadaan keuangan perusahaan dengan sesungguhnya. Hal tersebut akan dapat merugikan investor yang menjadikan informasi laporan keuangan untuk mengambil suatukeputusan (Hidayat, 2016). Berdasarkan uraian dari beberapa pengertian di atas maka peniliti menyimpulkan bahwa manajemen laba adalah suatu aktivitas perusahaan yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk melakukan perataan laba di setiap periode agar perusahaan tetap menghasilkan laba yang stabil di setiap tahunnya. Perusahaan yang menghasilkan laba yang stabil setiap periode

akan lebih dipercaya oleh *stakeholder* dan akan lebih mudah untuk mendapatkan dana eksternal untuk kelancaran operasional perusahaan kedepannya.

Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang digunakan untuk menentukan besar atau kecilnya suatu perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat dinilai dengan melihat total penjualan, total nilai asset, kapitalisasi pasar, dan jumlah tenaga kerja. Semakin besar nilai dari item tersebut maka akan semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Semakin besar nilai asset yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar dan semakin besar pula perusahaan itu dikenal oleh masyarakat luas (Yovana & Kadir, 2020). Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu tolak ukur yang dijadikan untuk mengukur besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya jumlah aset yang dimiliki dan penjualan perusahaan per periode. Semakin besar perusahaan maka akan memiliki jumlah aset yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang masih kecil.

Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah umur sejak berdirinya hingga telah mampunya perusahaan menjalankan operasinya. Secara teori perusahaan yang telah memiliki umur yang panjang akan dipercaya oleh investor dari pada perusahaan yang usianya masih baru, karena perusahaan yang telah lama berdiri diasumsikan akan mendapatkan laba yang lebih tinggi daripada perusahaan yang baru berdiri. Akibatnya perusahaan yang baru berdiri akan mengalami kesulitan dalam memperoleh dana di pasar modal dan mengharuskan mereka untuk mengandalkan dan internal (modal sendiri) (Agustia & Suryani, 2018). Berdasarkan uraian di atas maka peneliti menyimpulkan bahwa umur perusahaan adalah jangka waktu yang dimiliki oleh perusahaan dimulai dari awal berdirinya perusahaan sampai saat ini dimana perusahaan dijadikan sebagai sampel penelitian.

METODE

Penelitian ini berupa penelitian deskriptif yang salah satu jenis penelitian kuantitatif**.** Data penelitian bersumber dari laporan tahunan *(annual report)* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode tahun 2015-2019. Data diperoleh melalui akses langsung dari website *Indonesia Stock Exchange* www.idx.co.id. Untuk pengolahan data akan menggunakan metode analisis jalur (*path analysis*), dan dalam melakukan melakukan analisis statistik ini dibantu dengan softwate SPSS. Populasi yang digunakan yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019 dengan kriteria tertentu yang mendukung penelitian. Sampel yang diambil dalam penelitian sebanyak 33 perusahaan dengan teknik pengambilan sampel yaitu *purposive sampling*.

HASIL

Tabel 1
Hasil Uji Normalitas (*One-Sample Kolmogorov-Smorniv*)

		Unstandardized Residual
N		102
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.38216456
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.053
	Negative	-.053
Kolmogorov-Smirnov Z		.495
Asymp. Sig. (2-tailed)		.967

Sumber: data olahan

Tabel 1 menjelaskan bahwa hasil uji normalitas *one-sample Kolmogorov-smirnov* pada tabel 2 di atas, dapat dilihat bahwa nilai probabilitas atau Asymp.Sig.(2-tailed) sebesar 0,967 > 0,05 yang dapat diartikan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Tabel 2 dapat diketahui bahwa model penelitian ini tidak terjadi autokorelasi dengan nilai DW sebesar 0,814 sehingga layak untuk dilanjutkan. Tabel 3 dapat diketahui bahwa untuk model regresi yaitu pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel lebih besar 0,05 yaitu 0,247 dan 0,639 > 0,05.

Tabel 2
Hasil Uji Autokorelasi – Durbin Watson

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.241[a]	.058	.041	4996.83046	.814

Sumber: data olahan

Tabel 3
Hasil Uji Heteroskedastisitas Struktur I (Uji *Glejser*)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.207	.043		4.834	.000
	Uku_Perusahaan	-.002	.002	-.091	-1.162	.247
	Umur Perusahaan	.000	.000	.037	.470	.639

Sumber: data olahan

Tabel 4
Hasil Uji Heteroskedastisitas Struktur II (Uji *Glejser*)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8654.704	1796.697		4.817	.000
	Uku_Perusahaan	-222.255	66.677	-.246	-3.333	.001
	Umu_Perusahaan	10.173	18.812	.040	.541	.589
	CSR	-5763.360	1632.841	-.261	-3.530	.001

Sumber: data olahan

Tabel 4 dapat diketahui bahwa untuk model regresi yaitu pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan dan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Dibuktikan dengan nilai signifikansi variabel lebih besar 0,05 yaitu 0,001, 0,589 dan 0001. Nilai signifikan dominan kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa struktur 2 telah terdeteksi gelaja heteroskedastisitas. Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa, variabel independen Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan memiliki nilai VIF< 10 yaitu 1.005 dan 1.005 serta memiliki nilai Tolerance lebih kecil < 1.Maka dapat dinyatakan tidak terjadi atau terbebas dari masalah multikolinearitas. Sedangkan Tabel 6 dapat disimpulkan bahwa, variabel independen Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* memiliki nilai VIF< 10 yaitu 1.005, 1.014 dan 1.010 serta memiliki nilai Tolerance lebih kecil < 1. Maka dapat dinyatakan tidak terjadi atau terbebas dari masalah multikolinearitas.

Tabel 5.
Hasil Uji Multikolinearitas Struktur I (VIF)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.411	.080		5.119	.000		
	Uku_Perusahaan	.001	.003	.021	.263	.793	.995	1.005
	Umur_Perusahaan	.001	.001	.098	1.250	.213	.995	1.005

Sumber: data olahan

Tabel 6
Hasil Uji Multikolinearitas Struktur II (VIF)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-5654.972	2059.518		-2.746	.007		
	Uku_Perusahaan	153.193	76.430	.154	2.004	.047	.995	1.005
	Umu_Perusahaan	-9.000	21.563	-.032	-.417	.677	.986	1.014
	CSR	4431.579	1871.693	.182	2.368	.019	.990	1.010

Sumber: data olahan

Berdasarkan Tabel 5 dapat dilihat persamaan jalurnya struktur I yaitu:

$Z = pZX_1 + pZX_2 + \varepsilon 1$ (1)

$Z = 0{,}021X_1 + 0{,}098X_2$

Koefisien jalur struktur I :

1. Koefisien sebesar 0,021 artinya apabila ukuran perusahaan ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi umur perusahaan diabaikan, maka akan mengakibatkan peningkatan*corporate social responsibility* sebesar 0,021%.
2. Koefisien sebesar 0,098 artinya apabila umur perusahaan di tingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi ukuran perusahaan di abaikan, maka akan mengakibatkan peningkatan *corporate social responsibility* sebesar 0,098%.

Selanjutnya, Tabel 6 dapat dilihat persamaan jalurnya struktur II yaitu :

$Y = pYX_1 + pYX_2 + pZY + \varepsilon 2$ (2)

$Y = 0{,}154X_1 - 0{,}032X_2 + 0{,}182\ Z + e$

Koefisien jalur struktur II :

1. Koefisien sebesar 0,154 artinya apabila ukuran perusahaan ditingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi umur perusahaan dan *corporate social responsibility* diabaikan maka akan mengakibatkan peningkatan manajemen laba sebesar 0,013%.
2. Koefisien sebesar -0,032 artinya apabila umur perusahaan di tingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* diabaikan, maka akan mengakibatkan peningkatan manajemen laba sebesar-0,032%.
3. Koefisien sebesar 0,182 artinya apabila *corporate social responsibility* di tingkatkan sebesar satu satuan dengan asumsi ukuran perusahaan dan umur perusahaan diabaikan, maka akan mengakibatkan peningkatan manajemen laba sebesar 0,182%.

Tabel 7

Hasil Koefisien Determinasi Struktur I Variabel Ukuran Perusahaan (X_1) dan Umur Perusahaan (X_2) Terhadap *Corporate Social Responsibility* (Z) Struktur I

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.099[a]	.010	-.002	.20975

Sumber: data olahan

Tabel 7 diperoleh angka Adjusted R^2 (R *square*) pada struktur I sumbangan sebesar 0,010 atau 1%, hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan struktur I variabel independen Ukuran Perusahaan(X_1) dan Umur Perusahaan (X_2)terhadap variabel dependen *Corporate Social Responsibility* (Z) sebesar 1%, sedangkan sisanya sebesar 99,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Sedangkan Tabel 8 diperoleh angka Adjusted R^2 (R *square*) pada struktur II sumbangan sebesar 0,058 atau 5,8%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan struktur II variabel independen Ukuran Perusahaan (X_1), Umur Perusahaan (X_2) dan *Corporate Social Responsibility* (Z) terhadap variabel dependen Manajemen Laba (Y) sebesar 5,8%, sedangkan sisanya sebesar 94,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti.

Tabel 8

Hasil Koefisien Determinasi Struktur II Variabel Ukuran Perusahaan (X_1), Umur Perusahaan(X_2) dan *Corporate Social Responsibility* (Z) terhadap Manajemen Laba (Y) Struktur II

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.241[a]	.058	.041	4996.83046

Sumber: data olahan

Tabel 9

Pengujian Hipotesis Secara Bersama-Sama (Uji F) Struktur I

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.070	2	.035	.797	.453[b]
	Residual	7.127	162	.044		
	Total	7.197	164			

Sumber: data olahan

Tabel 9 dapat dilihat pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F_{hitung}dengan F_{tabel} karena nilai F_{hitung} lebih besar dari nilai F_{tabel} (0,797 < 3,05) dengan tingkat signifikan 0,453 lebih besar dari 5%. Maka diperoleh H_o diterimadan H_a ditolak, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama–sama antaraukuran perusahaan dan umur perusahaan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.

Tabel 10
Pengujian Hipotesis Secara Bersama-Sama (Uji F) Struktur II

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	247964768.985	3	82654922.995	3.310	.022[b]
	Residual	4019898650.104	161	24968314.597		
	Total	4267863419.089	164			

Sumber: data olahan

Tabel 10 dapat dilihat nilai F tabel dimana df1 = k-1 atau df1 = 4-1 = 3 dan df2 = n-k atau df2 = 165-4 = 161, maka hasil untuk F tabel 2,66. Pengujian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel karena nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel (3,310 > 2,66) dengan tingkat signifikan 0,022 lebih kecil dari 5%. Maka diperoleh H_o ditolak dan H_a diterima, yang berarti hal ini dilakukan secara bersama–sama antaraukuran perusahaan, umur perusahaan, dan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Tabel 11
Pengujian Secara Parsial Atas Semua Variabel Independen

No	Variabel	t_{hitung}	t_{tabel}	Sig.
1	Ukuran Perusahaan (X_1)**Corporate Social Responsibility* (Z)	0,263	1,975	0,793
2	Umur Perusahaan (X_2)* *Corporate Social responsibility*(Z)	1,250	1,975	0,213
3	Ukuran Perusahaan (X_1)*Manajemen Laba (Y)	2,004	1,975	0,047
4	Umur Perusahaan (X_2)* Manajemen Laba (Y)	-0,417	1,975	0,677
5	*Corporate Social Responsibility* (Z)* Manajemen Laba (Y)	0,182	1,975	0,019

Sumber: data olahan

Ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap corporate social responsibility

Tabel 11 diketahui t hitung > t tabel (0,263 < 1,975) dengan tingkat siginifikan (0,793>0,05), artinya secara parsial tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Indriyani & Yuliandhari (2020)bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dengan demikian tidak terbukti bahwa ukuran perusahaan mampu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dari hasil penelitian ini memberi arti bahwa apabila ukuran perusahaan pada perusahaan tersebut kurang optimal dan tidak berkontribusi pada perusahaan maka tanggung jawab pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indoneisa akan mengalami penurunan juga. Oleh sebab itu kesuksesan perusahaan tidak dapat terjamin apabila tanggung jawab perusahaan mengalami penurunan.

Umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap corporate social responsibility

Tabel 11 diketahui t hitung < t tabel (1,250<1,975) dengan tingkat siginifikan (0,213>0,05), artinya secara parsial tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara umur perusahaan dengan *corporate social responsibility*. Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Irianti (2020) dan Indriyani & Yuliandhari (2020),bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang positif serta signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Dengan demikian penelitian ini tidak terbukti dengan rumusan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*.Dari hasil penelitian tersebut memberi arti umur perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tidak dapat menjamin tanggung jawab terhadap perusahaan tersebut.Apabila perusahaan itu belum lama berdiri secara otomatis tanggung jawab perusahaan terhadap masayarakat, ekonomi dan sebagainya bisa dikatakan tidak optimal.

Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba

Tabel 11 diketahui t hitung > t tabel (2,004>1,975) dengan tingkat signifikan (0,047<0,05), artinya secara parsialada pengaruh positif yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Agustia & Suryani (2018) dan Astuti et al. (2017) bahwa adanya pengaruh positif yang signifikan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Dengan demikian terbukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat meningkat perkembangan laba yang maksimal dalam pencatatan laporan keuangan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015 – 2019.

Umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba

Tabel 11 diketahui t hitung < t tabel (-0,417<1,975) dengan tingkat signifikan (0,677>0,05), artinya secara parsial tidak ada pengaruh positif yang signifikan antara umur perusahaan dengan manajemen laba. Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Indracahya & Faisol (2017)menunjukkan hasil bahwa umur perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dengan demikian tidak terbukti bahwa umur perusahaan mampu memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap manajemen laba.Darihasil tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen laba perusahaan tidak dapat meningkat jika di dukung dengan umur perusahaan saja.Sebab, umur perusahaan tidak dapat menjadi patokan investor untuk berinvestasi pada sebuah perusahaan. Ada hal lain yang lebih mendukung dan sangat berpengaruh selain umur perusahaan dalam peningkatan manajemen laba perusahaan seperti kinerja keuangan dan total perolehan laba pertahun pada perusahaan tersebut.

Corporate social responsibility berpengaruh terhadap manajemen laba

Tabel 11 diketahui t hitung < t tabel (0,182<1,975) dengan tingkat signifikan (0,019<0,05), artinya secara parsial ada pengaruh positif yang signifikan antara *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Christina & Alexander (2019), Siregar et al. (2018) dan Ardiani & Sudana (2018)bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Dengan demikian terbukti bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Penelitian ini memberikan arti bahwa manajemen labaakan meningkat jika tanggung jawab yang diberikan perusahaan sangat optimal demi menunjang perkembangan perusahaan. Upaya perusahaan dalam meningkatkan tanggung jawab perusahaan atau *corporate social responsibility* akan berdampak pada citra positifyang akan di dapat dari masyarakat, investor dan pengungkapan *corporate social responsibility* yang akan menjadi peluang yang bagus dalam tindakan manajemen laba yang lebih optimal dan maksimal.

Pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening

Total efek dari hipotesis ini adalah sebesar 0,028 yaitu pengaruh langsung sebesar 0,024 ditambah pengaruh tidak langsung melalui *corporate social responsibility* sebesar 0,004 atau 0,024 + 0,004 = 0,028. Hasil *Path Analysis*ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening adalah0,004< 0,024. Artinya hubungan tidak langsung lebih kecil dari hubungan langsung, yang berarti *corporate social responsibility* tidak mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Indriyani & Yuliandhari (2020) dan Prasetya & Gayatri (2016)ukuran perusahaan tidak mampu memberikan pengaruh pada manajemen laba dengan didukung oleh variabel *corporate social responsibility*. Dengan demikian tidak terbukti bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi hubungan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Penelitian ini memberikan arti bahwa *corporate social responsibility* tidak dapat memberi hasil yang optimal dalam memperoleh nilai positif dari lingkungan masyarakat. Perusahaan yang lebih besar akan membatasi manajemen laba dengan pengungkapan *corporate social responsibility* yang di dapat oleh perusahaan karena tidak konsisten dengan tujuan perusahaan yaitu mendapatkan pandangan positif dari lingkungan perusahaan.

Pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba dengan corporate social responsibility sebagai variabel intervening

Total efek dari hipotesis ini adalah sebesar 0,019 yaitu pengaruh langsung sebesar 0,001 ditambah pengaruh tidak langsung melalui *corporate social responsibility* sebesar 0,018 atau 0,001 + 0,018 = 0,019. Hasil *Path Analysis*umur perusahaan terhadap manajemen laba dengan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening adalah 0,018>0,001.Artinya hubungan tidak langsung lebih besar dari hubungan langsung, yang berarti *corporate social responsibility* mampu memediasi hubungan antara umur perusahaan terhadap manajemen laba.Hasil penelitian tersebut dinyatakan sejalan dengan penelitian Waluyo (2017) dan Agustia & Suryani (2018)menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* sangat penting dan berpengaruh antara umur perusahaan dengan manajemen laba. Dengan demkian terbukti bahwa *corporate social responsibility* mampu memediasi hubungan antara umur perusahaan terhadap manajemen laba. Penelitian ini memiliki arti bahwa jika sebuah perusahaan memiliki umur perusahaan yang sangat panjang, secara tidak langsung dapat meningkat kanmanajemen laba perusahaan yang didukung oleh tanggung jawab perusahaan yang optimal.

SIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manufakur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019, dengan tingkat signifikan (0,793> 0.05).
2. Tidak adanya pengaruh antara umur perusahaan terhada p*corporate social responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manfaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesiatahun 2015-2019, dengan tingkat siginifikan (0,213 > 0,05).
3. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2019, dengan tingkat signifikan (0,047< 0,05).
4. Tidak adanya pengaruh antara umur perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019, dengan tingkat siginifikan (0,667> 0,05).
5. Terdapat pengaruh antara *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2015-2019, dengan tingkat siginifikan (0.019< 0.05)
6. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba yang dimediasi oleh pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variable intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019, hal ini diperoleh dari pengaruh tidak langsung lebih kecil dari pada pengaruh langsung dengan tingkat signifikan (0,004 < 0,024).
7. Umur perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba yang dimediasi oleh pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2015-2019, hal ini diperoleh dari pengaruh tidak langsung lebih besar dari pada pengaruh langsung dengan tingkat signifikan (0,018 > 0,001).

DAFTAR PUSTAKA

Agustia, Y. P., & Suryani, E. 2018. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016). *Jurnal Aset (Akuntansi Riset)*, *10*(1), 63–74. https://doi.org/10.17509/jaset.v10i1.12571

Ardiani, N. L. N., & Sudana, I. P. 2018. Pengaruh Corporate Social Responsibility Pada Manajemen Laba. *E-Jurnal Akuntansi*, *24*, 2333. https://doi.org/10.24843/eja.2018.v24.i03.p26

Astuti, A. Y., Nuraina, E., & Wijaya, A. L. 2017. *Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Leverage Terhadap Manajemen Laba*. *5*, 501–514.

Astuti, W., & Erawati, T. 2018. Pengaruh Profitabilitas, Umur Perusahaan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Ketepatan Waktu Penyampaian Laporan Keuangan Perusahaan (Studi pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa efek indonesia tahub 2012-2016). *Jurnal Kajian Bisnis*, *26*(2), 144–157.

Christina, S., & Alexander, N. 2019. Corporate Governance, Corporate Social Responsibility Disclosure and Earnings Management. *Advance in Economic, Bussiness and Management Research*, *73*, 62–65. https://doi.org/10.2991/aicar-18.2019.14

Debnath, P. 2017. Assaying the Impact of Firm's Growth and Performance on Earnings Management: An Empirical Observation of Indian Economy. *International Journal of Research in Business Studies and Management*, *4*(2), 30–40. https://doi.org/10.22259/ijrbsm.0402003

Hidayat, M. 2016. Pengaruh Good Corporate Governance dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pad Perusahaan LQ 45 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2014). *Jom Fekon*, *3*(1), 234–248.

Indracahya, E., & Faisol, D. A. 2017. The Effect of Good Corporate Governance Elemets, Leverage, Firm Age, Company Size and Profitability On Earning Management (Empirical Study Of Manufacturing Companis inn BEI 2014-2016). *Profita*, *10*(2), 203–227.

Indriyani, A. D., & Yuliandhari, W. S. 2020. Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Umur Perusahaan Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Studi Empiris pada Perusahaan indeks LQ 45 Non-Keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2018). *Jurnal Akuntansi Bisnis Dan Ekonomi*, *6*, 1559–1568.

Irianti, I. N. 2020. Pengaruh Size, Profitabilitas, Leverage dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Studi empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia tahun 2014-2018). *Jurnal Akuntansi & Keuangan Daerah*, *15*(1), 100–112.

Prasetya, P. J., & Gayatri. 2016. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Pengungkapan corporate Social Responsibility Sebagai Variabel Intervening. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, *14*, 411–538.

Santi, D. K., & Wardani, D. K. 2018. Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntansi*, *6*(1), 11–24. https://doi.org/10.24964/ja.v6i1.536

Siregar, B. G., Lubis, A. F., Maksum, A., & Fachrudin. 2018. Analysis Of Corporate Social Responsibility, Default Risk and Conservatism Effect to Earning Management With Good Corporate Governance as Moderating Variabel in Manufacturing Company Whose Shares Incorporated in Indonesia Sharia Stock Index. *Junior Scientific Research*, *IV*(1), 14–33.

Waluyo, W. 2017. Firm size, firm age, and firm growth on corporate social responsibility in Indonesia: The case of real estate companies. *European Research Studies Journal*, *20*(4), 360–369.

Wilson, & Prasetyo, A. 2020. Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance, Leverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Kategori Indeks Sri-Kehati yang Terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017). *Jurnal Akuntansi Keuangan*, *9*, 59–72.

www.bps.go.id. 2020. Pertumbuhan Produksi IBS Tahun 2019 Naik 4,01 Persen Dibandingkan Tahun 2018.

www.investindonesia.go.id. 2019. 21 November 2020.

Yovana, D. G., & Kadir, A. 2020. *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Perusahaan, Profitabilitas, dan Leverage Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)*. *21*(1), 15–24.

Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap

ORIGINALITY REPORT

14%	15%	6%	10%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	dinastirev.org Internet Source	5%
2	docobook.com Internet Source	2%
3	Submitted to Universitas 17 Agustus 1945 Semarang Student Paper	2%
4	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	2%
5	Januar Eky Pambudi, Indra Gunawan Siregar, Avisha Silviana Widyarini. "PENGARUH GENDER, UKURAN PERUSAHAAN DAN UMUR PERUSAHAAN TERHADAP PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY", Review of Applied Accounting Research (RAAR), 2022 Publication	2%
6	nanopdf.com Internet Source	2%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	On		