

## Manajemen Laba dalam Memediasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility*

Saviana Andjani Musofwan<sup>1</sup>, Aristanti Widyaningsih<sup>2</sup>

Program Studi Akuntansi, Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia<sup>1,2</sup>

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of profitability on corporate social responsibility mediated through earnings management. This study uses purposive sampling with 61 BUMN companies from 2017 to 2020. The data used is secondary data with documentation techniques. Hypothesis testing is done by using path analysis. The results of hypothesis testing indicate that (1) Profitability has a significant positive effect on corporate social responsibility; (2) Profitability has a significant positive effect on earnings management; (3) Earnings management has no significant positive effect on corporate social responsibility; (4) Earnings management is not able to mediate the effect of profitability on corporate social responsibility.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility; Earnings Management; Profitability.*

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility yang dimediasi melalui manajemen laba. Penelitian ini menggunakan purposive sampling dengan 61 perusahaan BUMN pada periode 2017 sampai 2020. Data yang digunakan adalah data sekunder dengan teknik dokumentasi. Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan path analysis. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa (1) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap corporate social responsibility; (2) Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba; (3) Manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap corporate social responsibility; (4) Manajemen laba tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap corporate social responsibility.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility; Manajemen Laba; Profitabilitas.*

**Corresponding author.** Email: andjanisaviana0@gmail.com<sup>1</sup>, aristantiw@yahoo.com<sup>2</sup>

**How to cite this article.** Musofwan, S. A. & Widyaningsih, A. (2022). Manajemen Laba dalam memediasi Pengaruh Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 10(3),

**History of article.** Received: Oktober 2022, Revision: November 2022, Published: Desember 2022

Online ISSN: 2541-061X. Print ISSN: 2338-1507 DOI:

Copyright©2022. Published by Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan. Program Studi Akuntansi. FPEB. UPI

### PENDAHULUAN

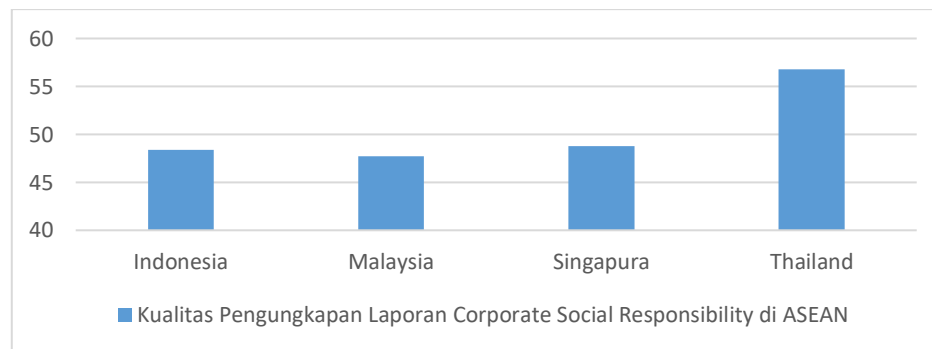
Setiap perusahaan dipercaya dapat memberikan manfaat bagi masyarakat, oleh karenanya dalam menjalankan kegiatan usaha perlu terjalin hubungan dengan lingkungan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Di samping memenuhi tujuan utamanya dalam

memperoleh laba, pihak perusahaan diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap lingkungan masyarakat sekitar dengan memberikan pertanggungjawaban sosial perusahaan atau *corporate social responsibility*. *Corporate social responsibility* diimplementasikan sebagai komitmen

perusahaan dalam melindungi lingkungan maskarakat dan perusahaan dari segi kesejahteraan masyarakat, pengelolaan SDM, menjamin keselamatan pekerja, serta menjalin hubungan baik antara pemasok dan pelanggan agar memberikan pengaruh positif pada masyarkat dan perusahaan (Kurnia, 2019). Namun demikian,

hingga saat ini berbagai perusahaan masih menyajikan laporan *corporate social responsibility* dengan bentuk dan isi yang cenderung beragam karena belum adanya kepastian kontrol legislatif mengenai pengungkapan informasi *corporate social responsibility* di berbagai negara pada wilayah Asia Pasifik (Jain et al., 2015).

Gambar 1. Kualitas Pengungkapan Laporan Corporate Social Responsibility di ASEAN

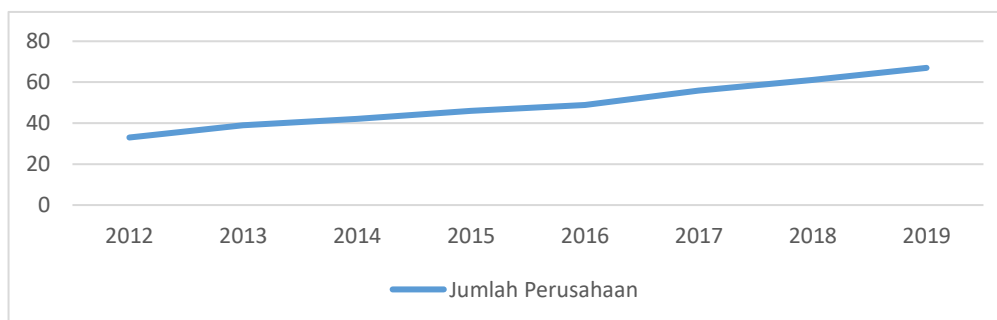


Sumber: <http://www.asean-csr-network.org/>

Studi yang dilaporkan oleh ASEAN CSR Network dan *National University of Singapore* pada 100 perusahaan besar menurut kapitalisasi pasar membahas mengenai perkembangan laporan *corporate social responsibility* di negara ASEAN yaitu Indonesia, Malaysia, Singapura, dan Thailand menunjukkan bahwa beberapa negara tersebut sudah 100% menerapkan laporan *corporate social responsibility*

kecuali Singapura yang baru menerapkan pengungkapan sebesar 70%. Diketahui, kualitas pengungkapan di Indonesia sebesar 48,8%, Malaysia 47,7%, Singapura 48,8%, dan Thailand 56,8% (Istianingsih, 2018).

Gambar 2. Jumlah Perusahaan



Sumber: Data diolah, 2022

Terdapat beberapa data membahas mengenai informasi perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dalam pengungkapan laporan kegiatan *corporate social responsibility* di Indonesia, secara keseluruhan melalui data tersebut menunjukkan bahwa selama kurun waktu 2012-2019, jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan laporan kegiatan *corporate social responsibility* mengalami peningkatan (Parasetya, 2021). Terungkap dari penelitian Anggraeni & Djakman (2018) menyatakan hasil bahwa dari 451 perusahaan tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2012, hanya terdapat 33 perusahaan yang mempublikasikan laporan *corporate social responsibility*. Kemudian pada tahun 2013 terungkap dari 477 perusahaan, hanya 39 perusahaan yang melaporkan laporan kegiatan *corporate social responsibility*. Pada tahun 2014, terdapat 42 dari 498 perusahaan menyatakan kegiatan *corporate social responsibility* yang telah dilaksanakan. Radiansyah (2017) menemukan hasil bahwa terdapat 46 perusahaan yang menyatakan laporan *corporate social responsibility* pada tahun 2015 dari total 539 perusahaan tercatat. Berdasarkan laporan Otoritas Jasa

Keuangan (2017), pada tahun 2016 terdapat 49 dari 555 perusahaan yang menerbitkan laporan *corporate social responsibility*. Menurut data TopBusiness (2018) terdapat 56 perusahaan yang menyatakan laporan kegiatan *corporate social responsibility* dari total 592 perusahaan sampai dengan akhir tahun 2017. Pada tahun 2018 ditemukan 61 perusahaan, dan 67 perusahaan tercatat pada tahun 2019 yang menyatakan laporan *corporate social responsibility* (IDX, 2020).

Terdapat fakta di lapangan yang membuktikan bahwa kegiatan *corporate social responsibility* berpengaruh besar pada manajemen suatu perusahaan. Seperti yang terjadi pada PT Pertamina, yang mana perusahaan tersebut diduga melakukan penyelewengan terhadap dana *corporate social responsibility*. Hal itu dijelaskan bahwa adanya tindakan tidak transparan dalam penyaluran dana *corporate social responsibility* pada PT Pertamina Persero Refinery Unit VI Balongan karena terindikasi adanya penyalahgunaan dana yang pada mulanya sengaja ditutupi. Sudah seharusnya setiap perusahaan melaporkan laporan pertanggung jawaban dana *corporate social responsibility* dengan melakukan

pengauditan oleh pihak eksternal agar dapat diketahui benar terjadi penyelewengan dana atau tidak sehingga bisa lebih transparan dan menghasilkan laporan yang dapat dipertanggung jawabkan dengan baik (Tarigan, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu, seperti penelitian Tista & Asri Dwija Putri (2018), Febriana (2018), dan Marbun (2021) menyebutkan terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kebijakan pengungkapan *corporate social responsibility*. Berdasarkan hasil *review* dari penelitian terdahulu, maka dapat diidentifikasi bahwa faktor yang mempengaruhi kebijakan *corporate social responsibility* terbagi menjadi dua, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Berdasarkan penelitian tersebut, terdapat salah satu faktor yang mempengaruhi kebijakan *corporate social responsibility* yaitu profitabilitas. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dalam periode waktu tertentu (Surya Sanjaya, 2018). Profitabilitas dianggap memiliki peran penting dalam keberlangsungan suatu perusahaan karena dapat menjadi penentu suatu perusahaan dapat bertahan dalam jangka waktu panjang, hal tersebut sesuai dengan pendapat Ni Wayan Pradnyanita Sukmayanti (2019) yang menyatakan bahwa idealnya perusahaan memiliki keberlangsungan hidup jangka panjang dan kesuksesan yang tinggi karena akan berpengaruh pada laba perusahaan yang dihasilkan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka semakin besar peluang kesempatan manajemen perusahaan dalam melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility*.

Terbukti pada faktanya, masih ditemukan perusahaan yang mengusahakan berbagai cara agar menghasilkan profitabilitas yang tinggi dengan cara yang tidak benar, seperti fenomena yang terjadi pada PT. Garuda Indonesia yang mencatatkan piutang sebesar US\$239,94 juta hasil kegiatan kerja sama dengan PT. Mahata Aero Teknologi sebagai pendapatan dalam laporan keuangan tahun buku 2018. Selain itu, PT. PLN juga melakukan skandal kecurangan laporan keuangan yang mana piutang kompensasi dari pemerintah dicatat sebagai pendapatan berdasarkan akrual sebesar Rp23,17 triliun per 31 Desember 2018. Piutang dicatat sebagai pendapatan merupakan bagian dari upaya perusahaan BUMN untuk memaksimalkan laporan keuangannya, yang mana posisi BUMN memiliki tuntutan pelayan publik dengan tingkat kesulitan cukup tinggi tetapi juga diharuskan memperoleh keuntungan yang tinggi pula (Arieza, 2019).

Suatu laba dijadikan patokan dalam mengukur penilaian kinerja perusahaan yang baik, terhindar dari risiko, dan menciptakan citra perusahaan yang baik agar dapat dijadikan peluang yang bagus bagi investor dalam berinvestasi (Kusumawati, 2019). Investor yang ingin menanamkan modal pada suatu perusahaan dapat memanfaatkan informasi laba yang tertera pada laporan keuangan perusahaan. Berdasarkan pernyataan tersebut, berakibat pada perusahaan yang akhirnya tidak sedikit melakukan praktik manajemen laba untuk memperoleh laba yang baik dan stabil dengan tujuan menarik perhatian pihak eksternal perusahaan. Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk

meningkatkan atau mengurangi laba dengan acuan *discretionary accruals* atau *non discretionary accruals* sebagai cara penilaian yang akan menunjukkan apakah dilakukan manajemen laba atau tidak dalam suatu perusahaan untuk menentukan besarnya laba. *Discretionary accruals* merupakan akrual laba yang dipilih sesuai kebijakan manajemen perusahaan dengan pengakuan secara bebas dan tidak diatur, sedangkan *non discretionary accruals* merupakan akrual laba dengan pengungkapan yang wajar sesuai standar dan prinsip akuntansi yang berlaku, apabila dilanggar maka dapat berpengaruh terhadap ketidakwajaran kualitas laporan keuangan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan mayoritas pada perusahaan manufaktur mengenai perilaku manajemen laba di Indonesia dan Malaysia setelah diselenggarakannya *freedom economics* di Asia Tenggara yang diteliti oleh Marliana (2017), menunjukkan bahwa praktik manajemen laba lebih banyak dilakukan di Indonesia dengan motif beragam daripada di Malaysia yang terpantau praktik manajemen laba semakin rendah diimbangi dengan pengungkapan oleh manajer yang konsisten. Hal ini disebabkan karena Malaysia mengadopsi *International Financial Reporting Standards (IFRS)* yang lebih banyak daripada Indonesia. Setiap negara memiliki pendekatan akuntansi yang berbeda, hingga saat ini perusahaan tercatat di Indonesia tidak diwajibkan untuk mematuhi IFRS sepenuhnya, sedangkan perusahaan di Malaysia saat ini sedang mempertimbangkan untuk mengadopsi IFRS sepenuhnya.

Terdapat perusahaan di Indonesia yang terindikasi melakukan manajemen laba, seperti yang terjadi pada PT. Asuransi Jiwasraya bahwa kasus perusahaan ini termasuk kasus korupsi dengan skala besar karena sudah melibatkan banyak pihak. Penyelesaian kasus ini sangat ditunggu-tunggu oleh masyarakat, khususnya korban yang merasa dirugikan. Potensi yang ditimbulkan dari kasus ini mencapai Rp. 13,7 triliun. Dari tahun 2010 sampai 2019, BPK telah melakukan dua kali investigasi dan terbukti bahwa PT. Asuransi Jiwasraya telah melakukan perubahan dalam laporan keuangannya di tahun 2006, yang mana adanya laba fiktif dari rekayasa akuntansi yang dilakukan. Pada tahun 2017, BPK mendeteksi adanya laporan laba bersih yang tidak wajar. BPK menilai PT. Asuransi Jiwasraya ini seharusnya mengalami kerugian yang dilihat dari laba bersih sebesar Rp. 360,3 miliar. Pada tahun 2018, terindikasi kembali adanya kejanggalan dalam pelaporan keuangan kepada Kementerian BUMN, yang terbukti dari hasil audit KAP PwC atas laporan keuangan 2017 yang mengkoreksi laporan keuangan interim dari laba yang dilaporkan sebesar Rp. 2,4 triliun kemudian dikoreksi hanya menjadi Rp. 428 miliar. Kemudian pada tahun 2019, Kementerian BUMN mengatakan bahwa adanya kecurangan pada PT. Asuransi Jiwasraya, setelah menelaah secara *detail* laporan keuangan yang dapat dikatakan tidak transparan. Pada perusahaan BUMN lainnya, diduga hal yang sama tertimpa pula pada PT. Asabri dalam kasus manipulasi laba perusahaan yang diketahui pada tahun 2014 tercatat laba sebesar Rp. 245 miliar, tahun 2015 tercatat laba sebesar

Rp. 347 miliar, tahun 2016 tercatat laba sebesar Rp. 116 miliar. Namun, pada tahun 2017 laba tercatat dari PT. Asabri melonjak 7 kali lipat dari tahun sebelumnya, tercantum pada laporan keuangan sebesar Rp. 943 miliar dengan opini audit wajar tanpa pengecualian setiap tahunnya (Olavia, 2020).

Berdasarkan beberapa fenomena yang tertera, ditemukan fakta bahwa terdapat banyak perusahaan besar yang masih kurang menerapkan integritas serta prinsip sesuai ketentuan dengan menerapkan transparansi laporan keuangan, kejujuran, kebenaran, serta ketepatan tindakan pada suatu perusahaan khususnya dalam melaporkan informasi laba perusahaan dan mengalokasikan dana *corporate social responsibility* kepada masyarakat. Fenomena yang terjadi didukung dengan pernyataan yang dilontarkan oleh Menteri BUMN yaitu Erick Thohir yang mengatakan bahwa diketahui terdapat banyak pihak atasan perusahaan BUMN yang tidak mengerti laporan keuangan, yang mana seharusnya hal tersebut harus dipahami agar tidak terjadi hal negatif seperti tindakan kecurangan atau manipulasi (Situmorang, 2020).

Informasi keuangan dalam laporan keuangan akan lebih jelas dan transparan apabila adanya laporan pelaksanaan kegiatan dan pengelolaan secara terperinci dalam laporan tahunan, seperti laporan *corporate social responsibility*. Dengan begitu, dapat diharapkan manajer perusahaan membatasi penggunaan manajemen laba agar memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan dengan memberikan biaya sosial kepada masyarakat.

Berdasarkan informasi di atas, terdapat beberapa penelitian terdahulu dengan mengungkapkan hasil yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*. Untuk membedakan dengan penelitian sebelumnya, maka pada penelitian kali ini peneliti menambahkan manajemen laba sebagai variabel intervening. Manajemen laba merupakan suatu proses yang disengaja untuk melewati batas-batas prinsip akuntansi dengan tujuan melaporkan laba dengan tingkat yang diinginkan (D. S. A. Lestari, 2018). Untuk mengukur manajemen laba dapat menggunakan model Healy (1985) yang mengukur *discretionary accrual* dengan membagi total akrual dengan total aset suatu perusahaan (Dechow, 1995).

#### **Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Teori keagenan pertama kali dikemukakan pada tahun 1976 oleh Jensen dan Mackling. Hubungan agensi diartikan ketika prinsipal mempekerjakan agen dalam rangka memberikan suatu jasa yang kemudian dikembangkan menjadi sebuah delegasi wewenang pengambilan keputusan (Awaliah & Prabowo, 2021). Pada suatu perusahaan, terdapat suatu bentuk kesepakatan antara pemilik modal dengan manajer dalam rangka mengelola perusahaan tersebut. Hubungan yang terjalin antara pemilik modal (prinsipal) dengan mereka yang mengelola modal (agen) memungkinkan untuk saling mendahulukan kepentingannya masing-masing (Kalbuana et al., 2020). Pihak pengelola modal terkadang memiliki informasi perusahaan yang

lebih banyak daripada pemilik perusahaan, maka dari itu dapat dijadikan peluang oleh pihak pengelola untuk melakukan tindakan menyimpang yang cenderung memberikan keuntungan bagi golongan tertentu. Berdasarkan hal ini, sering terjadi benturan kepentingan antara dua pihak tersebut, yang juga dituangkan dalam teori keagenan. Pihak manajer memegang tanggung jawab atas pengambilan keputusan serta keberhasilan kebijakan operasional perusahaan, sehingga dalam mengemban amanahnya berupaya menghasilkan laporan keuangan yang baik, mengimplementasikan tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat, dan meminimalisir terjadinya kegagalan karena dapat berpengaruh negatif terhadap jabatan (Rachmadani, 2020). Dengan begitu, seorang manajer atau pengelola modal dapat melakukan manajemen laba yang bersifat negatif dan semata-mata ingin melindungi salah satu pihak saja. Informasi yang dihasilkan pengelola modal kepada pemilik perusahaan sering kali tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Kondisi tersebut dapat dikatakan sebagai informasi yang tidak benar (Lisa, 2021).

### **Teori Stakeholders**

Teori *stakeholders* pertama kali dikemukakan pada tahun 1984 oleh R. Edward Freeman yang menjelaskan suatu perusahaan bertanggungjawab kepada pihak mana saja. Perusahaan selalu membutuhkan dukungan untuk memperlancar jalannya suatu aktivitas usaha, beberapa pihak di sekitar perusahaan menjadi salah satu hal yang paling berpengaruh bagi eksistensi perusahaan (Putri, 2019). Asumsi teori

*stakeholders* mengatakan bahwa dalam memperlancar jalannya kegiatan operasional, perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada *shareholders* saja, tetapi juga perlu memperhatikan *stakeholders* seperti lingkungan sosial dan pemerintah. Hal ini dipercaya apabila perusahaan dapat menjalin hubungan baik dengan *stakeholders*, maka kegiatan operasional perusahaan akan berjalan lebih lancar dan dapat meminimalisir permasalahan yang mengganggu (Kusumawati, 2019). Riana (2017) menyatakan bahwa dukungan para *stakeholders* berpengaruh pada akuntabilitas perusahaan dalam mengungkapkan informasi kinerja lingkungan sosial untuk memenuhi harapan *stakeholders*, salah satu bentuk implikasinya dituangkan melalui kegiatan dan pelaporan *corporate social responsibility*.

### **Teori Legitimasi**

Teori legitimasi pertama kali dicetuskan oleh Dowling dan Pfeffer pada tahun 1975 (Bustanul, 2012). Teori ini menjelaskan suatu keadaan dengan adanya perbedaan nilai yang dianut perusahaan dengan nilai yang ada pada masyarakat, kemudian dengan kondisi tersebut akan memunculkan *legitimacy gap* yang menimbulkan perusahaan menjadi terancam akibat adanya kesenjangan antara harapan kesejahteraan masyarakat dengan orientasi perusahaan dalam menghasilkan laba yang sebesar-besarnya (Fandhiarto, 2018).

Teori legitimasi mengungkap hubungan antara perusahaan dengan *stakeholders*. Teori legitimasi dijadikan landasan dasar perusahaan dalam memberi *feedback* kepada masyarakat dimana kegiatan perusahaan beroperasi

sesuai dengan norma sosial yang berlaku. Perusahaan secara terbuka dan sukarela menginformasikan laporan keuangan dan aktivitasnya kepada masyarakat sebagai pihak eksternal perusahaan. Berdasarkan hal ini, perusahaan dituntut untuk lebih responsif dan bertanggung jawab terhadap lingkungan masyarakat setempat. Pemikiran teori ini mengatakan bahwa suatu perusahaan akan terus diakui keberadaannya oleh masyarakat apabila secara konsisten bentuk pertanggungjawaban kepada *stakeholders* dilakukan dengan sesuai sistem nilai dan norma yang berlaku sehingga kinerja dan aktivitas perusahaan dapat diterima oleh masyarakat (Siregar, 2018).

#### **Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)**

Teori akuntansi positif pertama kali dikemukakan pada tahun 1978 oleh Watts dan Zimmerman dalam artikel yang berjudul "*Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standard*". Teori ini merupakan bentuk penjelasan mengenai berbagai prosedur yang harus ditanamkan bagi para manajer dalam mengungkapkan laporan keuangan (Dr. H. Afrizal, S.E., M.Si., 2018).

Penjelasan pada teori ini meliputi pengungkapan berbagai alasan terhadap praktik manajemen laba melalui pengelolaan informasi laba oleh manajer yang efisien. Selain itu, teori ini juga mengungkapkan pengamatan dan prediksi akan kondisi yang mana manajer akan melakukan manajemen laba melalui informasi laba dengan memanfaatkan kesempatan yang ada. Dengan adanya teori akuntansi positif ini diharapkan manajer perusahaan dapat lebih

berhati-hati dalam melakukan pengelolaan laba (Anindya & Yuyetta, 2020).

#### **Profitabilitas**

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam memperoleh laba karena pada dasarnya perusahaan berjalan untuk mendapatkan keuntungan (Dewantoro, 2017). Tingkat profitabilitas ini dijadikan salah satu indikator untuk menilai kinerja dan kesehatan suatu perusahaan. Profitabilitas menjadi faktor yang sangat diperhatikan oleh berbagai pihak karena hal tersebut dapat menjadi acuan pihak eksternal melihat bahwa suatu perusahaan dinyatakan memiliki reputasi yang baik, maka profitabilitas sangat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup suatu perusahaan. Perusahaan selalu mempertahankan tingkat profitabilitas yang tinggi dan stabil agar dapat menarik perhatian pihak eksternal perusahaan sehingga semakin terjamin keberlangsungan dan masa depan perusahaan. Profitabilitas merupakan salah satu indikator penting dalam menentukan hasil evaluasi perusahaan tersebut sehat atau tidak sebagai tempat untuk investor melakukan transaksi investasi, baik itu menjual atau membeli saham suatu perusahaan (Lestari, 2018). Dijelaskan oleh Brigham, E.F., & Houston (2018) dalam bukunya yang berjudul "*Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*", bahwa profitabilitas diartikan sebagai kebijakan dan keputusan perusahaan dalam mencapai kemampuan memperoleh laba bersih dari kegiatan yang terlaksana pada periode akuntansi tertentu, yang mana laba tersebut dapat dibagikan kepada *shareholders* berupa dividen, didedikasikan kepada



*stakeholders* berupa bantuan sosial, dan dapat digunakan untuk meningkatkan kinerja operasional perusahaan. Berdasarkan pengertian di atas, dapat dikatakan bahwa profitabilitas menjadi salah satu faktor penentu keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba atau nilai akhir hasil operasional perusahaan pada suatu periode. Apabila suatu perusahaan berhasil memenuhi target laba yang ditentukan, maka suatu perusahaan dapat dikatakan berhasil. Namun sebaliknya, jika perusahaan tidak berhasil mencapai target laba yang ditentukan, maka hal ini menjadi pelajaran bagi manajemen perusahaan untuk periode selanjutnya.

### **Manajemen Laba**

Manajemen laba dapat dilihat dari beberapa sudut pandang. Pertama, manajemen laba sebagai perilaku oportunitis yang dilakukan untuk meningkatkan kinerjanya dalam menghadapi kontrak dengan pihak eksternal perusahaan. Perbuatan ini termasuk kedalam tindak kecurangan atau *fraud* dengan memanipulasi angka-angka dalam laporan keuangan, dalam hal ini pihak manajer memberikan informasi tidak benar terhadap *stakeholder* yang ingin mengetahui kondisi ekonomi perusahaan. Sudut pandang manajemen laba dari segi negatif memiliki tujuan untuk memanfaatkan pihak lain yang tidak memiliki lebih banyak akses data informasi perusahaan. Kedua, manajemen laba sebagai perilaku efisien dalam mengejar peluang manajer dengan melakukan perlindungan baik diri sendiri maupun perusahaan untuk mengantisipasi peristiwa tidak terduga agar tetap memperoleh keuntungan sehingga lebih fleksibel dalam mengelola dan

menyusun laporan keuangan. Dilihat dari sudut pandang manajemen laba dari segi positif, selama hal tersebut dilakukan sesuai dengan ketentuan dan prosedur akuntansi yang benar, maka tidak dapat dikatakan sebagai kecurangan atau *fraud*. Sebaliknya, apabila manajemen laba dilakukan diluar batas ketentuan dan prosedur akuntansi yang berlaku, maka hal tersebut menjadi dampak dan hal yang negatif (Kurniawansyah, 2018).

### **Corporate Social Responsibility**

*Corporate social responsibility* merupakan tindakan perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial kepada masyarakat dalam rangka mengembangkan kesejahteraan masyarakat sekitar dan meningkatkan nilai perusahaan (Suwetja, 2019). Kegiatan tanggung jawab sosial dilakukan perusahaan sebagai bentuk implementasi kepedulian terhadap masyarakat dimana perusahaan menjalankan kegiatan operasionalnya. Kegiatan ini dapat meningkatkan perekonomian bangsa Indonesia dengan bentuk sukarela bagi perusahaan (Nurbaiti & Bambang, 2017). Selain untuk mengejar profitabilitas, melalui bentuk kegiatan *corporate social responsibility* menjadi upaya perusahaan dalam memperhatikan kondisi sosial dan ikut serta dalam membangun perekonomian negara. Sesuai dengan tujuannya, kegiatan ini harus dilakukan sesuai dengan ketentuan dan terbuka kepada masyarakat tanpa adanya kecurangan atau terjadinya manipulasi didalamnya. Perangkat terpenuhinya tanggung jawab sosial pada perusahaan terdiri dari pihak karyawan dan masyarakat, lingkungan alam, serta lingkungan sosial (Sunarsih, 2017).

Berdasarkan pada penjelasan diatas, dapat dirumuskan hipotesis yaitu profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, manajemen laba berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*, dan manajemen laba mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

### METODELOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Metode kuantitatif yaitu penelitian menggunakan data berisi angka yang dapat diolah serta dianalisis dengan teknik perhitungan statistik. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah profitabilitas, *corporate social responsibility*, dan manajemen laba dengan subjek penelitian pada perusahaan BUMN periode 2017-2020 karena banyaknya kasus yang terjadi khususnya pada bidang keuangan yang melibatkan perusahaan BUMN akhir-akhir ini.

Desain penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif (hubungan) jenis kausal (sebab akibat). Pendekatan kuantitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh data berkaitan dengan pengaruh

profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* yang dimediasi oleh manajemen laba.

Pada penelitian ini, digunakan data sekunder berupa laporan tahunan perusahaan BUMN terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang didapat pada situs [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) atau situs perusahaan BUMN masing-masing perusahaan periode 2017-2020.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel penelitian berdasarkan beberapa kriteria tertentu (Sugiyono, 2019). Adapun penentuan kriteria sampel pada penelitian ini adalah yaitu seluruh perusahaan BUMN pada periode 2017-2020, perusahaan BUMN yang mempublikasikan laporan tahunan pada *website* Bursa Efek Indonesia atau *website* perusahaan pada periode 2017-2020, laporan keuangan perusahaan BUMN menggunakan satuan rupiah, dan perusahaan BUMN yang memiliki data mengenai *corporate social responsibility*.

Berdasarkan uji kriteria *purposive sampling* didapatkan sampel sebanyak 61 perusahaan BUMN periode 2017-2020 yang memenuhi kriteria sampel penelitian. Penelitian dalam kurun waktu tiga tahun berturut-turut sehingga mendapat total sampel penelitian sebanyak 244 perusahaan (61 perusahaan dikali 4 tahun).

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Uji *Path Analysis*

Tabel 1. Hasil Uji *Path Analysis*

Variabel Independen	Variabel Dependen	Koefisien	t-hitung	t-tabel	ρ-value
Profitabilitas	<i>Corporate Social Responsibility</i>	-0,140	-2,180	1,970	0,30

Profitabilitas	Manajemen Laba	0,147	2,281	1,970	0,023
Manajemen Laba	<i>Corporate Social Responsibility</i>	-0,062	-0,969	1,970	0,334

Sumber: Data Diolah, 2022

**Hipotesis 1: Pengaruh Profitabilitas terhadap *Corporate Social Responsibility***

Hasil yang diperoleh setelah dilakukan pengujian menggunakan *software* SPSS pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa nilai *p-value* sebesar 0,030 yang mana lebih kecil dari 0,05. Artinya, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Semakin banyak dana yang dikeluarkan untuk menjalankan kegiatan *corporate social responsibility* ketika profitabilitas perusahaan tinggi, maka menunjukkan bahwa perusahaan BUMN tahun 2017-2020 menyadari tanggung jawab perusahaan bukan hanya terhadap *shareholder* dalam menghasilkan laba tinggi tetapi juga *stakeholder* lainnya. Hal ini sejalan dengan pengungkapan bahwa dana *corporate social responsibility* pada mayoritas perusahaan BUMN yang diteliti berasal dari perolehan laba bersih.

Menurut Rofiqkoh & Priyadi (2016), perusahaan yang mampu menghasilkan profit adalah perusahaan dengan memiliki manajemen yang mengerti dan peduli terhadap lingkungan sosial. Semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka manajer lebih termotivasi untuk memberikan informasi yang lebih terperinci termasuk kebebasan untuk menunjukkan

mempertanggungjawabkan seluruh program sosialnya. Hal ini juga menyebabkan manajer ingin meyakinkan investor dengan profitabilitas perusahaan yang tinggi. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori keagenan yang mana pengungkapan informasi atau *disclosure* dapat dijadikan media yang digunakan dalam mengurangi konflik kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan pengelola modal (agen), pengungkapan informasi dilakukan dengan sukarela yang dilakukan oleh pihak manajer perusahaan sehingga apabila media ini digunakan, dapat meningkatkan integritas perusahaan. Disamping itu, sejalan pula dengan teori *stakeholders* yang menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada investor saja, tetapi juga perlu memperhatikan dan menjalin hubungan yang baik dengan para masyarakat dengan tujuan memperlancar kegiatan operasional perusahaan dan meningkatkan taraf hidup masyarakat maupun lingkungan sosial, serta teori legitimasi yang menggambarkan tindakan manajemen perusahaan melakukan pertanggung jawaban sosial yang dilakukan sebagai upaya mensejahterakan maskarakat dan meningkatkan nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Ebiringa (2013), Ivon Nurmas Ruroh (2018), Arita & Mukhtar (2019) yang

menjelaskan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility* karena semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula keinginan atau tekanan dari masyarakat terhadap perusahaan untuk melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosialnya dengan didukung adanya kondisi perusahaan memiliki kas lebih untuk dialokasikan kepada masyarakat dan lingkungan.

### **Hipotesis 2: Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba**

Hasil yang diperoleh setelah dilakukan pengujian menggunakan *software* SPSS pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa nilai *p-value* sebesar 0,023 yang mana lebih kecil dari 0,05. Artinya, profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Apabila profitabilitas pada suatu perusahaan meningkat, berarti praktik manajemen laba juga semakin banyak terjadi.

Perilaku manajemen suatu perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba dimaksudkan untuk meningkatkan nilai perusahaan yang baik dengan menciptakan kinerja perusahaan yang maksimal agar terciptanya kepercayaan dari pada investor untuk dapat menanamkan modalnya di suatu perusahaan, dengan begitu manajemen perusahaan juga mendapat hak kendali atas suatu perusahaan dalam menghasilkan profitabilitas yang tinggi (Purnama, 2017). Hal ini sejalan dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa apabila manajemen perusahaan telah melakukan manipulasi pada laporan keuangan yang berakibat merugikan orang lain, maka tindakan tersebut

tergolong sebagai perilaku memperkaya diri sendiri. Selain itu, hasil penelitian ini juga mendukung teori akuntansi positif yang menjelaskan bahwa terdapat dorongan bagi manajemen perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan mengatur dan melaporkan laba sesuai dengan yang diinginkan agar mencapai tujuan yang telah direncanakan.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wiyadi et al. (2015), Tala & Karamory (2017), Bintara (2021) yang mengemukakan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba, dimana kegiatan manajemen laba telah banyak dilakukan sebagai cara yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan keuntungan dengan cepat. Sedangkan hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anindya & Yuyetta (2020) bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba.

### **Hipotesis 3: Pengaruh Manajemen Laba terhadap *Corporate Social Responsibility***

Hasil yang diperoleh setelah dilakukan pengujian menggunakan *software* SPSS pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa nilai *p-value* sebesar 0,334 yang mana lebih besar dari 0,05. Artinya, manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prior & Surroca (2007) dan Jeri (2020) yang mengatakan bahwa manajemen laba berpengaruh secara positif terhadap *corporate social responsibility*.

Manajemen laba merupakan upaya yang dilakukan manajer untuk mempengaruhi laba dengan meningkatkan atau menurunkan nominal keuntungan pada pelaporan keuangan. Laba yang dilaporkan oleh suatu perusahaan menunjukkan seberapa efektifitas kinerja perusahaan. Praktik manajemen laba sering kali dipandang sebagai praktik manipulasi laporan keuangan yang bersifat oportunistik, maka dari itu agar pandangan kinerja perusahaan tidak rusak dapat dilakukan kegiatan *corporate social responsibility* untuk meningkatkan kinerja sebagai bagian dari tanggung jawab sosial perusahaan kepada masyarakat. Namun, pada hasil penelitian tidak mendukung pemikiran tersebut.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh I. A. Wulandari et al. (2016) dan Sembiring (2017) menunjukkan hasil bahwa manajemen laba memiliki pengaruh tidak secara positif terhadap *corporate social responsibility*, hal ini disebabkan karena perusahaan yang beretika dan peduli terhadap tanggungjawab sosial akan memiliki pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi dan cenderung untuk melaporkan kinerja keuangan dengan lebih transparan dan menunjukkan manajemen laba yang rendah, mengindikasikan laporan kinerja perusahaan yang dapat dipercaya.

Berdasarkan analisis laporan tahunan beberapa perusahaan BUMN yang diteliti, ditemukan bahwa mayoritas perusahaan memiliki tingkat pelaksanaan dan pelaporan kegiatan sosial yang tinggi tanpa perlu diawali dengan maksud menutupi kegiatan

manajemen laba yang bersifat oportunistik. Pelaksanaan dan pengungkapan *corporate social responsibility* dilaporkan kepada *shareholders* dan *stakeholders* karena ingin memberikan ruang bagi investor untuk mengetahui bagaimana keputusan yang akan diambilnya berkaitan dengan nilai perusahaan berdasarkan kinerja perusahaan yang diungkapkan dengan lebih transparan.

#### **Hipotesis 4: Pengaruh Mediasi Manajemen Laba Pada Pengaruh Profitabilitas Terhadap *Corporate Social Responsibility***

Hasil yang diperoleh setelah dilakukan pengujian menggunakan uji sobel pada penelitian ini, didapatkan hasil bahwa nilai  $t$  hitung sebesar  $-0,958$  yang mana lebih kecil dari  $t$  tabel sebesar  $1,97$ . Artinya, manajemen laba tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*.

Hasil penelitian ini terjadi karena variabel manajemen laba tidak berpengaruh positif terhadap *corporate social responsibility*. Perusahaan melaksanakan dan mengungkapkan kegiatan *corporate social responsibility* untuk menarik perhatian investor agar dapat menanamkan modalnya sehingga perusahaan menciptakan laba yang tinggi, hal tersebut berpengaruh juga kepada nilai perusahaan yang tercipta dengan baik. Di Indonesia, dana *corporate social responsibility* berasal dari kebijakan masing-masing perusahaan, tetapi mayoritas perusahaan menggunakan sebagian laba untuk melaksanakan kegiatan tersebut. Dengan begitu, dana *corporate social responsibility* bersifat

wajib serta harus diperhitungkan dan dianggarkan oleh perusahaan sesuai dengan kewajiban dan kepatuhan. Untuk dapat menjalankan kegiatan *corporate social responsibility*, perusahaan juga harus memiliki tingkat keuntungan yang cukup tinggi sehingga dapat menyisihkan sebagian nominal dari laba sebagai dana untuk menjalankan kegiatan *corporate social responsibility*.

Selain itu, berdasarkan data penelitian bahwa mayoritas perusahaan BUMN yang diteliti dapat menghasilkan laba pada setiap tahunnya, hal tersebut dapat menunjukkan bahwa perusahaan BUMN mampu melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* dengan menggunakan keuntungan yang dihasilkan. Sehingga, perusahaan tidak perlu melakukan manajemen laba untuk meningkatkan keuntungan perusahaan dengan sedemikian rupa.

## SIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk menguji pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility* melalui manajemen laba sebagai variabel *intervening*, berdasarkan hasil analisis data statistik serta pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan, maka semakin tinggi pula keinginan atau tekanan dari masyarakat kepada perusahaan untuk melaksanakan

kegiatan tanggung jawab sosialnya dengan didukung adanya kondisi perusahaan memiliki kas lebih untuk dialokasikan kepada masyarakat dan lingkungan. Maka dari itu, pihak perusahaan lebih menyadari akan perlunya tanggung jawab sosial kepada stakeholders.

Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa apabila profitabilitas pada suatu perusahaan meningkat, maka dapat dikatakan praktik manajemen laba juga semakin banyak terjadi. Sehingga tingkat profitabilitas menjadi acuan para manajer perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba.

Manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang beretika dan peduli terhadap tanggungjawab sosial akan memiliki pengungkapan *corporate social responsibility* yang tinggi dan cenderung untuk melaporkan kinerja keuangan dengan lebih transparan. Selain itu, manajemen suatu perusahaan yang melakukan manajemen laba dalam sudut pandang negatif dengan tidak dapat diterima secara etis lebih jarang terjadi pada perusahaan yang memiliki prinsip kuat terhadap kegiatan *corporate social responsibility*.

Manajemen laba tidak mampu memediasi pengaruh profitabilitas terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menghasilkan laba pada setiap tahunnya yang berarti bahwa perusahaan mampu melaksanakan kegiatan *corporate social responsibility* dengan

menggunakan keuntungan yang dihasilkan tanpa perlu melakukan manajemen laba untuk meningkatkan keuntungan perusahaan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, F. A. (2019). Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Penghindaran Pajak: Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Akuntansi & Ekonomi*, 4(2), 14–23.
- Anggraeni, D. Y., & Djakman, C. D. (2018). Pengujian Terhadap Kualitas Pengungkapan CSR Di Indonesia. *EKUITAS (Jurnal Ekonomi Dan Keuangan)*, 2(1), 22–41.  
<https://doi.org/10.24034/j25485024.y2018.v2.i1.2457>
- Anindya, W., & Yuyetta, E. N. A. (2020). Pengaruh Leverage, Sales Growth, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Diponegoro Journal Of Accounting*, 9(3), 1–14.
- Arieza, U. (2019). *Menyoal Laba BUMN yang Mendadak Kinclong*. CNN Indonesia.  
<https://www.cnnindonesia.com/ekonomi/20190531144248-92-400048/menyoal-laba-bumn-yang-mendadak-kinclong>
- Arisandy, Y. (2020). Manajemen Laba dalam Perspektif Islam. *Mizani*, 25(2), 125–143.
- Awaliah, A. U., & Prabowo, H. Y. (2021). Analisis Peran Polda D . I . Yogyakarta dalam Pengungkapan Kasus Penipuan Jual Beli Online. *Proceeding of National Conference on Accounting & Finance (NCAF)*, 3, 140–156.  
<https://doi.org/10.20885/ncaf.vol3.art13>
- Brigham, E.F., & Houston, J. F. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Keuangan* (Edisi 14). Salemba Empat.
- Bustanul, A. (2012). Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility Pengujian Terhadap Manajemen Laba Akrual dan Manajemen Laba Real. *E-Jurnal Ekonomi UNTIRTA*.
- Dewantoro, I. T. A. (2017). Pengaruh Profitabilitas Dan Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Struktur Modal Sebagai Variabel Intervening. *Riset Perbankan Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 25–44.
- Dr. H. Afrizal, S.E., M.Si., A. (2018). *Teori Akuntansi* (Issue July).
- Fandhiarto, E. (2018). *Comparative Analysis of Corporate Social Responsibility Disclosure of Mining Companies in Indonesia Stock Exchange Perod 2015-2016*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas.
- Febriana, A. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dan Lingkungan Pada Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 7(1), 1–20.
- Harahap, B. H. (2019). Penerapan Strategi Komunikasi dalam Pogram Corporate Social Responsibility. *Jurnal Ilmu Keislaman Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 5(1), 54–67.
- Healy, P. M. (1985). *The Effect of Bonus Schemes on Accounting*

- Decisions*.  
<https://dspace.mit.edu/bitstream/handle/1721.1/47541/effectsofbonussc00heal.pdf>
- IDX. (2020). Bumi Resources Raih Penghargaan untuk Pelaporan Keberlanjutan Terbaik. *Informasi Perusahaan, Januari*, 1–2.
- Istianingsih, I. S. (2018). Studi Negara ASEAN Pengungkapan Corporate Social Responsibility Mediasi Penerapan Good Corporate Governance Terhadap Penghindaran Pajak. *Tirtayasa Ekonomika*, 13(2), 357–385.
- Jain, A., Keneley, M., & Thomson, D. (2015). Voluntary CSR Disclosure Works! Evidence from Asia-Pacific Banks. *Social Responsibility Journal*, 11(1), 2–18. <https://doi.org/10.1108/SRJ-10-2012-0136>
- Kalbuana, N., Utami, S., & Pratama, A. (2020). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility, Persistensi Laba dan Pertumbuhan Laba Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(2), 350. <https://doi.org/10.29040/jiei.v6i2.1107>
- Keuangan, O. J. (2017). *Infografis Lembaga Jasa Keuangan dan Emiten Penerbit Sustainability Report*. <https://www.ojk.go.id/Sustainable-Finance>
- Kurnia, P. B. (2019). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia* (Vol. 10, Issue 1).
- Kurniawansyah, D. (2018). Apakah Manajemen Laba Termasuk Kecurangan? : Analisis Literatur. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Airlangga*, 3(1), 341–356. <https://doi.org/10.31093/jraba.v3i1.97>
- Kusumawati, E. (2019). Manajemen Laba, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Corporate Governance sebagai Variabel Moderasi. *The 9 Th University Research Colloquium 2019*.
- Lestari, D. S. A. (2018). Pengaruh Perencanaan Pajak Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 2(3), 129–150. <https://doi.org/10.31955/mea.vol2.iss3.pp84-108>
- Lestari, F. A. P. (2018). Pengaruh Profitabilitas dan Beban Pajak Tangguhan Terhadap Manajemen Laba. *Sosio E-Kons*, 10(3), 270–278. [http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio\\_ekons%0ADOI](http://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/sosio_ekons%0ADOI)
- Lisa, O. (2021). Asimetri Informasi dan Manajemen Laba: Suatu Tinjauan dalam Hubungan Keagenan. *Jurnal WIGA*, 2(1), 42–49. <https://media.neliti.com/media/publications/36615-ID-asimetri-informasi-dan-manajemen-laba-suatu-tinjauan-dalam-hubungan-keagenan.pdf>
- Marbun, H. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2019. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 138–155.



- Marliana, R. (2017). Manajemen Laba di Indonesia dan Malaysia dalam Era Masyarakat Ekonomi ASEAN. *Jurnal Akuntansi*, 12(1), 21–36.  
<http://jurnal.unsil.ac.id/index.php/jak/article/view/300>
- Mustikawati, D. W. S. . I. (2017). Pengaruh Earning Management pada Laporan Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan dengan Komisaris Independen, Kepemilikan Manajerial dan Kualitas Audit sebagai Moderating Variable. *Jurnal Ekonomi*, 6(2), 1–13.
- Ni Wayan Pradnyanita Sukmayanti, N. T. (2019). Pengaruh Struktur Modal, Likuiditas Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Profitabilitas Pada Perusahaan Property Dan Real Estate. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 172.  
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i01.p07>
- Ningrum, A. K., Suprpti, E., & Hidayat Anwar, A. S. (2018). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Tax Avoidance Dengan Gender Sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2016). *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01).  
<https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1260>
- Ningsih, R. F. (2017). Pengaruh Mekanisme Good Corporate Governance Dan Manajemen Laba Terhadap Environmental Disclosure (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Perkebunan yang terdaftar di BEI tahun 2012-2015). *Artikel Ilmiah Universitas Negeri Padang*, 1–29.
- Nurbaiti, S. R., & Bambang, A. N. (2017). Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pelaksanaan Program Corporate Social Responsibility ( CSR ). *Proceeding Biology Education Conference*, 14(1), 224–228.
- Olavia, L. (2020). *Kemkeu Ancam Sanksi Tegas KAP Kasus Jiwasraya dan Asabri*. Berita Satu.  
<https://www.beritasatu.com/ekonomi/595525/kemkeu-ancam-sanksi-tegas-kap-kasus-jiwasraya-dan-asabri>
- Parasetya, D. K. M. T. (2021). Pengaruh Kualitas Informasi Pelaporan Corporate Social Responsibility Terhadap Reputasi Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan yang Termasuk dalam Indeks LQ45 Bursa Efek Indonesia pada Tahun 2015-2019). *Diponegoro Journal of Accounting*, 10(4), 1–15.  
<https://repofeb.undip.ac.id/id/eprint/8989>
- Putri, E. S. (2019). Manajemen Laba, Profitabilitas, Ukuran Bank, Dewan Komisaris Dan Corporate Social Responsibility Bank Syariah. *Fairnees*, 9(3), 181–198.
- Rachmadani, H. R. (2020). Peran Corporate Governance dalam Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *Akuntansi*, 2020(Penulis 1).
- Radiansyah, F. . (2017). *Pengaruh Pengungkapan Laporan Keberlanjutan Terhadap Reputasi*

- Perusahaan (Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2015)*.  
<https://repository.telkomuniversit y.ac.id/home/catalog/id/136580/slug/pengaruh%02pengungkapan-laporan-keberlanjutan-terhadap-reputasi-perusahaan-studi-pada-perusahaan%02yang-terdaftar-di-bursa-efek-indonesia-periode-2014-2015-.html>
- Riana, D. S. Y. (2017). Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *PETA*, 2(1), 19–31.
- Siregar, B. G. (2018). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility (Ekonomi, Lingkungan Dan Sosial) Terhadap Earning Response Coefficient Pada Perusahaan Manufaktur Dalam Issi 2012-2016. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis Islam*, 4(1), 96. <https://doi.org/10.24952/tijarah.v4i1.1087>
- Situmorang, A. P. (2020). *Erick Thohir Sebut Banyak Direksi BUMN Tak Mengerti Laporan Keuangan*. Merdeka.Com. <https://www.merdeka.com/uang/erick-thohir-sebut-banyak-direksi-bumn-tak-mengerti-laporan-keuangan.html>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sunarsih, S. (2017). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dengan Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi Pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Aplikasia: Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 33. <https://doi.org/10.14421/aplikasia.v17i1.1376>
- Surya Sanjaya, M. F. R. (2018). Analisis Profitabilitas Dalam Menilai Kinerja Keuangan pada PT. Taspen (Persero) Medan. *Kitabah*, 2(1). <http://www.bssaonline.org/content/95/6/2373%5Cnhttp://www.bssaonline.org/content/95/6/2373.short%0Ahttp://www.bssaonline.org/cgi/doi/10.1785/0120110286%0Ahttp://gji.oxfordjournals.org/cgi/doi/10.1093/gji/ggv142%0Ahttp://link.springer.com/10.1007/s00024-01>
- Suwetja, K. N. T. G. B. N. I. G. (2019). Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017. *Going Concern: Jurnal Riset Akuntansi*, 14(1), 101–109. <https://doi.org/10.32400/gc.14.1.22308.2019>
- Tarigan, S. (2021). *Penggunaan Dana CSR PT. Pertamina Persero Refinery Unit VI Balongan Sengaja Ditutup-tutupi*. Wahana Suara Demokrasi. <https://demokratis.co.id/penggunaan-dana-csr-pt-pertamina-persero-refinery-unit-vi-balongan-sengaja-ditutup-tutupi/>
- Tista, K. R. R., & Asri Dwija Putri, I. G. A. M. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 30(11), 2737–2752.

<https://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1916995>  
TopBusiness. (2018). *Daftar Pemenang Top CSR 2017 dan 2018.*  
<https://www.topbusiness.id/16791/inilah-daftar-pemenang-top-csr-2018.html>