

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Para peneliti memilih variabel atau elemen-elemen dengan nilai yang berbeda-beda untuk diperiksa dan digunakan sebagai dasar untuk menyimpulkan hasil penelitian mereka. Metodologi dipergunakan bersifat kuantitatif. Terdapat 2 (dua) variabel independent, yakni profitabilitas serta tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) satu variabel dependen, yakni manajemen laba, satu variabel moderasi yakni reputasi perusahaan. Studi ini berfokus pada perusahaan jasa di sektor keuangan. Variabel diuraikan:

3.1.1 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat merupakan variabel dipengaruhi serta jadi dampak variabel independen (Sugiyono, 2013). Terdapat 1 (satu) variabel bebas yaitu :

1. Manajemen Laba

Menyesuaikan komponen akrual dalam laporan keuangan atau menggunakan teknik akuntansi tertentu adalah 2 (dua) cara untuk menerapkan prosedur manajemen laba. Praktik manajemen laba negatif ini sering dilaksanakan manajemen perusahaan karena sulit untuk diidentifikasi ketika dilakukan melalui pengaturan akrual. Oleh karena itu, proksi *discretionary accrual* akan digunakan untuk mengukur manajemen laba dalam penelitian ini. Proksi ini merupakan bagian dari akrual yang merupakan hasil rekayasa manajemen perusahaan dengan

menggunakan Modified Jones Model, yang memberikan kebebasan kepada manajemen untuk memilih bagaimana menerapkan estimasi dan aturan akuntansi. Model ini dipilih untuk digunakan karena lebih berhasil dalam mendeteksi aktivitas manajemen laba karena lebih berhasil dalam mendeteksi aktivitas manajemen laba karena mengasumsikan bahwa laba dapat dimanipulasi dan memperlakukan laba sebagai *discretionary accrual*, dengan rumus perhitungan yaitu :

$$\begin{aligned} TAC_{it} &= NI_{it} - CFO_{it} \\ \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} &= \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) \\ NDA_{it} &= \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta Rec_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) \\ DA_{it} &= \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it} \end{aligned}$$

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independent atau variabel bebas yaitu variabel tidak bergantung pada variabel lain. Variabel dependen juga disebut sebagai variabel terikat. Pada penelitian ini menggunakan variabel terikat adalah:

1. Corporate Social Responsibility (CSR)

Indeks pengungkapan CSR berhubungan pada *Global Reporting Initiative* (GRI) dan menggunakan versi GRI-G4 untuk mengkategorikan data CSR ke dalam beberapa kelompok, berfungsi sebagai pengganti tanggungjawab sosial perusahaan. Seperti penelitian sebelumnya yang konsisten menggunakan GRI G4 yang dijadikan acuan untuk penelitian ini. Hal ini dilakukan membandingkan tabel daftar periksa dengan pengajuan CSR perusahaan. Satu poin diberikan untuk indikator yang muncul dalam tabel pengungkapan CSR, dan nol poin diberikan untuk indikator yang tidak muncul. Poin yang diperoleh perusahaan kemudian dibagi

dengan seluruh jumlah indikator dalam tabel GRI, yang menghasilkan 91 indikator.

Tema pengungkapan tanggung jawab sosial dalam tabel analisis *Global Reporting Initiative* meliputi :

1. Ekonomi

Topik ini mencakup performa ekonomi, pengaruh ekonomi secara tidak langsung, serta tata cara pengadaan.

2. Lingkungan

Tema ini mencakup aspek lingkungan terkait material, energi, air, keragaman hayati, limbah cair dan padat, produk dan layanan, ketaatan terhadap peraturan, transportasi, evaluasi pemasok terhadap aspek lingkungan, serta prosedur pengaduan terkait isu lingkungan.

3. Praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja

Aspek ketenagakerjaan, korelasi tenaga kerja, keselamatan dan Kesehatan di tempat kerja, pengembangan kompetensi dan Pendidikan, keragaman dan kesetaraan kesempatan, kesetaraan upah berdasarkan gender, evaluasi pemasok atas praktik ketenagakerjaan, dan prosedur pengaduan terkait ketenagakerjaan semuanya tercakup dalam topik ini.

4. Hak Asasi Manusia

Ini membahas isu mengenai investasi, nondiskriminasi, perjanjian kerja sama dan kebebasan berserikat, pekerja anak, kerja paksa, prosedur perlindungan, hak-hak adat, penilaian, dan evaluasi hak asasi manusia.

5. Masyarakat

Dalam sub-tema ini mencakup unsur-unsur seperti komunitas lokal, pencegahan korupsi, peran serta dalam kebijakan publik, anti-monopoli, kepatuhan terhadap regulasi, evaluasi pemasok terhadap dampaknya pada masyarakat, serta prosedur pengaduan terkait dampak sosial terhadap publik.

6. Tanggung jawab atas produk

Tema ini meliputi beberapa aspek, seperti kesehatan dan keamanan konsumen, penandaan produk dan layanan, komunikasi pemasaran, kerahasiaan data pelanggan, dan kepatuhan.

Pengungkapan CSR yang akan dilakukan dapat memeriksa laporan tahunan dari perusahaan-perusahaan tersebut. Rumus perhitungan *CSR Disclosure Index* yaitu :

$$CSRDI = X_i/n$$

Keterangan :

CSRDI : CSR Disclosure Index perusahaan

©X_i : Jumlah item bernilai 1 pada Perusahaan

n : Total indikator GRI 4.0 (91)

2. Profitabilitas

Metrik pengembalian atas aset (ROA) akan digunakan untuk mengevaluasi profitabilitas studi. Sejauh mana bisnis dapat menghasilkan uang dari asetnya tercermin dalam profitabilitasnya. Menurut temuan penelitian Margareta (2022), profitabilitas telah terbukti berdampak besar pada strategi manajemen laba. oleh

karena itu, ROA dianggap sebagai metrik yang berguna untuk mengevaluasi profitabilitas. Sebagai kesimpulan, rumus berikut dapat digunakan untuk menghitung ROA dalam penelitian ini :

$$ROA = \frac{\text{Earnings After Tax}}{\text{Total Asset}} \times 100$$

3.1.3 Variabel Moderasi

1. Reputasi Perusahaan

Faktor moderasi adalah faktor yang memengaruhi seberapa kuat atau lemahnya variabel independen dan dependen berkorelasi satu sama lain. Moderated Regression Analysis (MRA) atau teknik regresi moderasi dapat digunakan untuk menyelidiki variabel ini. Dalam beberapa tahun terakhir, kinerja lingkungan, sosial, dan tata kelola yang disebut dengan ESG menjadi tolok ukur untuk mengevaluasi tanggung jawab sosial perusahaan di seluruh dunia. Dalam penelitian (Rizqi et al., 2023) mengatakan bahwa semakin banyak perusahaan yang mempublikasikan kinerja ESG kepada publik merupakan strategi untuk meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Adanya krisis pada tahun 2008 membuat perusahaan dan para investor mengkaji bahwa pengungkapan CSR tidak cukup untuk memastikan keberlanjutan perusahaan dan kemampuan perusahaan untuk menghadapi perkembangan zaman.

Dengan demikian, pengukuran keberlanjutan perusahaan menggunakan ESG (Rizqi et al., 2023). Peringkat ESG juga dapat membantu investor untuk melakukan investasi yang bertanggung jawab secara efektif dan mengantisipasi keunggulan kinerja jangka panjang Crifo & Mottis, (2013) (Rizqi et al., 2023).

Dengan menggunakan skor ESG perusahaan sebagai indikator penelitian ini berusaha untuk memastikan apakah reputasi perusahaan berkontribusi pada penguatan atau pelemahan dampak profitabilitas juga tanggungjawab sosial perusahaan (CSR) pada metode manajemen laba.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Objek penelitian atau Kumpulan dari item-item dengan sifat-sifat yang sebanding yang akan digabungkan menjadi satu kesimpulan disebut sebagai populasi penelitian (Ghozali, 2021). Perusahaan jasa bidang keuangan yang terdata di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2021-2023 menjadi populasi. 30 (tiga puluh) perusahaan di industri keuangan menjadi sampel penelitian.

3.2.2 Sampel

Sebagian kecil dari populasi digunakan sebagai representasi untuk menkarakterisasi seluruh populasi dalam sampel penelitian (Ghozali, 2021). Sampel penelitian dipilih memanfaatkan purposive sampling, yang merupakan strategi pengambilan sampel berlandaskan faktor atau standar khusus. Kriteria berikut akan digunakan untuk memilih sampe dalam penelitan ini :

1. Perusahaan pada sektor keuangan yang terdata di Bursa Efek Indonesia kurun waktu 2021-2023.
2. Perusahaan aktif menyatakan CSR pada laporan keberlanjutan atau laporan tahunan.
3. Perusahaan yang tidak mengalami kerugian pada tahun 2021-2023.

3.3 Jenis dan Sumber Data

3.3.1 Jenis Data

Studi ini memanfaatkan jenis data sekunder. Data sekunder yaitu data yang didapat dari data yang sudah ada dan terbuka untuk masyarakat. Data yang telah diperoleh kemudian diolah dan dijelaskan berdasarkan hasil olah data tersebut.

3.3.2 Sumber Data

Data sekunder berupa laporan keuangan, laporan keberlanjutan, laporan tahunan dari situs web perusahaan-perusahaan yang menjadi sampel, *website* BEI www.idx.co.id, serta Bloomberg Undip digunakan sebagai sumber data penelitian. Informasi pendukung lainnya dari jurnal peneliti terdahulu juga digunakan oleh peneliti untuk memperkuat temuan mereka.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dokumentasi dan studi literatur merupakan 2 (dua) metode pengumpulan data dipergunakan proyek. Menelaah buku, jurnal, sumber informasi lainnya serta menganalisa data dari beberapa referensi yang berkaitan dengan topik penelitian merupakan proses melakukan studi literatur. Selain itu, dokumentasi berfungsi sebagai sarana pengumpulan data dengan cara mendokumentasikan, mengutip, dan menganalisa materi selaras pada standar yang sudah ditentukan.

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Statistik Deskriptif

Memberikan Gambaran yang jelas, ringkas, dan terorganisir dengan baik tentang suatu peristiwa dan memfasilitasi penarikan kesimpulan, statistik deskriptif menggambarkan dan menjelaskan fakta. Merujuk Priyatno (2016:10) analisis

deskriptif digunakan dalam mendeskripsikan ringkasan mengenai data studi *minimum, maksimum, mean*, standar deviasi. Analisis ini dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk memberi penjelasan mengenai CSR, profitabilitas, reputasi perusahaan, dan manajemen laba dalam skala rasio yang diamati dari nilai rata-rata, terbesar hingga paling kecil.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Mengetahui jika residual dalam regresi terdistribusi normal adalah tujuan dari analisis normalitas (Ghozali, 2021). Untuk pengujian ini digunakan teknik *One Kolmogorov-Smirnov Z*. Pengujian ini menghasilkan nilai 0,05 atau 5%. Data dipandang normal ketika hasil signifikan besar dari 0,05, dan tidak normal ketika nilai signifikan kecil dari 0,05. Uji statistic akan dipandang tak valid jika hasil data tidak mendukung asumsi tersebut.

3.5.2.2 Uji Multikolonieritas

Memahami apakah variabel bebas suatu model regresi saling berhubungan, digunakan uji multikolonieritas. Model dipandang baik ketika tak terdapat hubungan variabel tersebut. Sebaliknya, hal tersebut mengindikasikan variabel independen tak orthogonal jika saling berhubungan satu sama lain. Temuan *Variance Inflation Factor* (VIF) dan nilai tolerance dapat dipergunakan menentukan multikolonieritas. Hal ini simpulannya :

1. Ketika nilai *tolerance* $< 0,1$ nilai VIF > 10 , terjadi keterkaitan yang tinggi antar variabel bebas melihat terdapat multikolinearitas.

2. Ketika nilai *tolerance* > 0,1 nilai VIF < 10, tak ditemukan multikolonieritas variabel independen.

3.5.2.3 Uji Heterokedastistas

Uji heterokedastistas digunakan untuk mengevaluasi bentuk regresi ketidaksamaan varian yang menunjukkan adanya korelasi antara residual dari tinjauan yang berbeda (Ghozali, 2021:178). Tujuan dari uji adalah memastikan apakah sebuah model regresi linier berlangsung ketidaksamaan variance residual satu dengan residual lainnya. Menurut Fitri & Mildawati (2021), uji ini dapat menggunakan *scatterplot* untuk mengetahui adanya tidaknya heteroskedastistas. Disebut sebagai homoskedastistas jika variasi antar review konsisten. Disisi lain, heteroskedastistas adalah istilah yang digunakan ketika variance berbeda.

3.5.2.4 Uji Autokorelasi

Model regresi linear berganda, autokorelasi berusaha mengidentifikasi korelasi periode t residual periode sebelumnya, yang disebut $t-1$. Dapat disimpulkan bahwa autokorelasi terjadi jika hubungan tersebut ada. Uji Durbin Watson (DW test) biasanya digunakan untuk pengujian autokorelasi.

3.5.3 Pengujian Hipotesis

Dengan melihat nilai koefisien dan nilai signifikansinya, pengujian hipotesis dapat digunakan untuk memastikan apakah variabel dependen memengaruhi variabel independent. Analisis linear berganda, Uji koefisien Determinasi, Uji Signifikan Simultan (Uji F), Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T) merupakan empat tahap pengujian hipotesis.

3.5.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda, metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini, memiliki potensi untuk memberikan gambaran yang komprehensif dan menguji apakah hubungan antara variabel independent (profitabilitas dan CSR) dan variabel dependen (manajemen laba). Model persamaan yang dapat dirumuskan adalah:

$$Y = \alpha + B_1X_1 + B_2X_2 + e$$

Dengan :

Y = Manajemen laba
 α = Konstanta
 X_1 = CSR
 X_2 = Profitabilitas
 B_1, B_2 = Koefisien regresi CSR dan profitabilitas
 e = Error

3.5.3.2 Analisis Regresi Moderasi

Untuk menentukan apakah variabel moderasi (reputasi perusahaan) memperlemah atau memperkuat korelasi CSR juga profitabilitas pada manajemen laba, dipergunakan analisis regresi moderat atau MRA. Model regresi dipergunakan adalah:

Model 1 : Model tanpa interaksi

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + e$$

Dengan:

Y = Manajemen laba
 α = Konstanta
 X_1, X_2 = CSR dan profitabilitas
 Z = Reputasi perusahaan
 B_1 = Koefisien regresi untuk CSR
 B_2 = Koefisien regresi untuk profitabilitas
 B_3 = Koefisien regresi untuk reputasi perusahaan

e = Error

Model 2 : Model dengan interaksi (moderasi)

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3Z + b_4(X_1 \times Z) + b_5(X_2 \times Z)$$

Dengan :

Y = Manajemen laba
 α = Konstanta
 X_1, X_2 = CSR dan profitabilitas
 Z = Reputasi perusahaan
 B_1 = Koefisien regresi untuk CSR
 B_2 = Koefisien regresi untuk profitabilitas
 B_3 = Koefisien regresi untuk reputasi perusahaan
 $X_1 \times Z$ = Interaksi antara X_1 dan Z
 $X_2 \times Z$ = Interaksi antara X_2 dan Z
 e = Error

3.5.3.3 Uji T

Uji T atau uji parsial dimanfaatkan guna dapat memahami apakah variabel independent memengaruhi variabel dependen. Nilai signifikansinya yaitu sebesar $\alpha = 0,05$. Ketika t_{hitung} lebih kecil dari t_{tabel} maka artinya H_0 diterima karena variabel independen tidak berpengaruh positif terhadap variabel dependennya. Sedangkan t_{hitung} besar dari t_{tabel} H_0 ditolak karena berdampak positif pada variabel dependennya (Ghozali, 2021).

3.5.3.4 Uji F

Uji F atau simultan dipergunakan guna memperkirakan dampak variabel independent kepada variabel dependen sudah tepat bersamaan. Dalam Uji F ini mencapai tingkatan nilai signifikan sebesar $\alpha = 5\%$. Ketika nilai menunjukkan $F < 0,05$ artinya signifikan. Tetapi ketika nilai menunjukkan $F > 0,05$ artinya hasil tak signifikan (Ghozali, 2021).

3.5.3.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Efektivitas variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen dinilai koefisien determinasi atau R^2 (Ghozali, 2021). Sejauh mana CSR, profitabilitas (ROA) dan reputasi perusahaan dapat menjelaskan varians dalam manajemen laba diukur dengan menggunakan R^2 . Variabel independen melakukan pekerjaan baik untuk menjabarkan variabel dependen jika nilai R^2 menghampiri 1. Namun, jika R^2 menghampiri 0 variabel independen dianggap tak mampu menjabarkan variabel dependen. Dalam penelitian ini, nilai R^2 model MRA dibandingkan antara moderasi dan tanpa moderasi, jika R^2 meningkat setelah memasukkan variabel moderasi maka variabel moderasi (reputasi perusahaan) memiliki kontribusi dalam memperjelas hubungan CSR dan profitabilitas terhadap manajemen laba.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Sampel mengambil data perusahaan jasa pada sektor keuangan periode tahun 2021-2023 yaitu ada sebanyak 47 perusahaan yang terdata di BEI. Melewati metode *purposive sampling*, peneliti mengambil sebanyak 30 perusahaan untuk dijadikan sampel. Pemilihan sampel dapat dituliskan dalam tabel:

Tabel 4.1 Hasil Pemilihan Sampel Penelitian

Kriteria Pemilihan Sampel Perusahaan	Jumlah
Perusahaan jasa sub-sektor perbankan yang terdata di Bursa Efek Indonesia tahun 2021-2023.	47
Perusahaan dijadikan sampel penelitian dan laporan posisi keuangan tidak menghadapi kerugian selama tahun 2021-2023.	30
Perusahaan dijadikan sampel dan melaporkan kegiatan CSR-nya sepanjang tahun 2021-2023.	30
Total tahun pengambilan sampel penelitian (2021-2023)	3
Jumlah data yang menjadi sampel penelitian (30 X 3)	90

Sumber: data diolah sendiri oleh penulis (2025)

4.2 Analisis Data

4.2.1 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif merupakan jenis analisis statistik yang menggunakan data sudah diambil sebelumnya. Analisis memiliki tujuan memberikan informasi relevan yang terkandung pada hasil data tersebut. Dengan analisis ini dapat menggambarkan suatu data atau variabel nilai rata-rata (*mean*), maksimum, minimum, nilai standar deviasi (*standart deviation*). Temuan dari uji analisis statistik deskriptif adalah seperti gambar dibawah :

Tabel 4.2 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	30	11358.00	18132.00	15161.1667	1532.06642
PROFITABILITAS	29	1.00	767.00	135.3103	164.84215
MANAJEMEN LABA	30	-143895.00	390657.00	29041.9000	96741.2577
REPUTASI PERUSAHAAN	30	.00	16977.00	8403.3333	6584.26072
Valid N (listwise)	29				

Sumber : data diolah penulis melalui SPSS 26 (2025)

Tabel 4.2 diatas menjelaskan variabel CSR memiliki jumlah sampel (N) sebanyak 30 sampel. Nilai minimumnya adalah 11.358, sedangkan nilai

maksimumnya adalah 18.132. Rata-rata pada variabel CSR berada di angka 15.161,17 dengan standar deviasi sebesar 1.532,07. Variasi dalam variabel CSR ini relatif kecil, hal ini menunjukkan bahwa nilai CSR antar perusahaan dalam sampel tidak berbeda jauh. Penjelasan variabel selanjutnya adalah profitabilitas.

Total sampel valid pada variabel yakni berjumlah 29. Profitabilitas mempunyai nilai minimum 1 juga maksimum 767. Rata-rata pada variabel profitabilitas yaitu 135,31 standar deviasi 164,84. Standar deviasi cukup tinggi dibandingkan dengan rata-ratanya. Menunjukkan adanya variasi besar dalam tingkat profitabilitas antar perusahaan. Variabel lainnya adalah manajemen laba.

Penjelasan dari hasil SPSS pada tabel 4.2 terdapat sampel pada variabel manajemen laba yaitu sebesar 30. Nilai minimum -143.895 dan nilai maksimumnya 390.657. Hal inirentang nilainya sangat besar. Rata-rata manajemen laba yaitu 29.041,90 standar deviasi yang tinggi yaitu 96.741,26. Standar deviasi yang besar menunjukkan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam praktik manajemen laba antar perusahaan dalam sampel.

Variabel moderasi pada penelitian ini yaitu reputasi perusahaan. Dalam tabel 4.2 menunjukkan jumlah sampel sebanyak 30. Nilai minimumnya 0, sedangkan nilai maksimumnya adalah 16.977. Rata-rata reputasi perusahaan sebesar 8.403,33 standar deviasi 96.741,26. Standar deviasi tinggi melihatkan terdapat variasi yang besar dalam reputasi perusahaan dalam penelitian ini.

Kesimpulan dari analisis ststistik deskriptif ini, variabel CSR memiliki distribusi nilai yang cukup stabil dengan standar deviasi relatif kecil. Profitabilitas menunjukkan variasi besar antar perusahaan, terlihat dari standar deviasi yang

cukup tinggi. Manajemen laba memiliki nilai fluktuasi yang besar, dengan adanya nilai negatif yang signifikan. Reputasi perusahaan juga menunjukkan variasi yang besar, yang berindikasi perbedaan strategi atau kinerja perusahaan dalam membangun reputasi perusahaan. Jumlah sampel yang valid listwise deletion adalah 29, hal ini menunjukkan ada satu observasi yang tidak memiliki data lengkap pada semua variabel.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

4.2.2.1. Uji Normalitas

Uji Kolmogorov-Smirnov satu arah dilibatkan dalam uji normalitas model regresi untuk mendeteksi apakah data pada variabel independen juga dependen terdistribusi secara normal atau tak normal.

Tabel 4.3 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual			
N			50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		.0000000
	Std. Deviation		2.60273809
Most Extreme Differences	Absolute		.107
	Positive		.107
	Negative		-.075
Test Statistic			.107
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c			.200 ^d
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^c	Sig.		.157
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.148
		Upper Bound	.167

Sumber : Data diolah sendiri oleh penulis melalui SPSS 26 (2025)

Uji dilakukan terhadap 50 sampel. Rata-rata residual 0.0000000 hal tersebut mengartikan residual memiliki nilai rata-rata nol. Standar deviasi residual

2.60273809 melihat variasi yang lebih rendah pada data. Nilai absolute difference sebesar 0,107, positive difference sebesar 0,107, dan negatif difference - 0,075, nilai ini menginformasikan seberapa jauh distribusi data menyimpang dari distribusi normal, tetapi nilainya relatif kecil. Test statistik sebesar 0,107, Asymp. Sig. (2-tailed) 0,200 > 0.05, artinya data residual terdistribusi normal berlandaskan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Model regresi linear ini variabel pengganggu atau residual terdistribusi normal.

4.2.2.2. Uji Multikolinearitas

Meneliti apakah variabel independen suatu model memiliki kemiripan adalah tujuan dari uji multikolonieritas. Mungkin terdapat korelasi substansial antara beberapa variabel akibat dari kemiripan variabel independen ini. Variabel tersebut tak orthogonal jika variabel independen terus berkorelasi satu sama lain. Agar nilai hubungan antara variabel independen lainnya sama dengan nol, variabel orthogonal yaitu variabel independen tidak berkorelasi atau mempunyai hubungan.

Nilai toleransi dan nilai VIF yang dijadikan acuan untuk menentukan apakah terdapat multikolinearitas di model regresi: ketika salah satu nilai besar dari 0,10 atau kurang dari 10, maka multikolinearitas yaitu hubungan antara variabel independen tidak ada. Berikut merupakan pengujian multikolinearitas yang terdapat tabel:

Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas

Model		Colinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.956	1.046
	PROFITABILITAS	.986	1.014

	REPUTASI PERUSAHAAN	.966	1.035
--	---------------------	------	-------

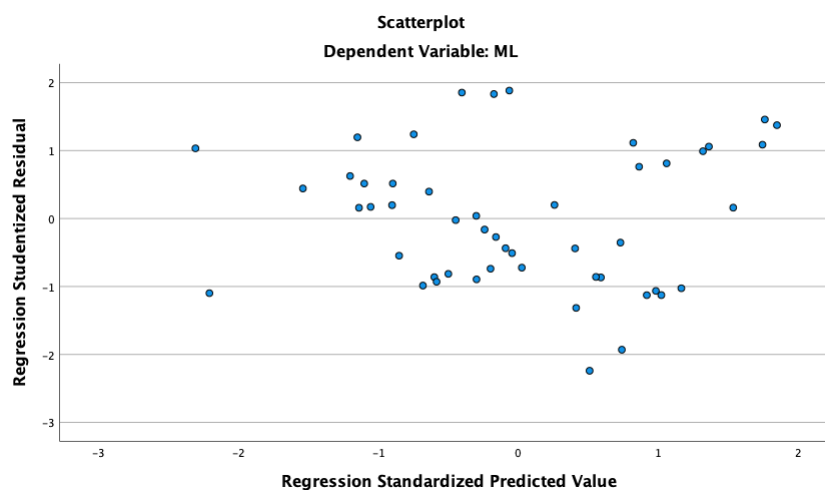
Sumber : Data diolah sendiri oleh penulis melalui SPSS 26 (2025)

Kesimpulan dari uji multikolinearitas pada penelitian simpulan bahwasanya tak ada multikolinearitas model regresi. Maka, variabel independen disini (CSR, Profitabilitas, dan Reputasi Perusahaan) tidak ada keterkaitan hubungan linier yang kuat satu sama lain. Seluruh nilai tolerance > 0.10 juga nilai VIF < 10 artinya tak terindikasi multikolinearitas yang signifikan atau tak ditemukan korelasi antar variabel independen di dalam model regresi linear ini.

4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Memahami apakah varians residual atau kesalahan prediksi model regresi bersifat konstan atau tak, maka digunakan uji heteroskedastisitas. Estimasi regresi mungkin boros dan uji statistic menjadi tidak valid karena adanya heteroskedastisitas, yang terjadi ketika varians residual tidak konstan. Koefisien regresi masih tidak bias jika terjadi heteroskedastisitas, tetapi standar error tidak lagi valid. Pola residual yang tidak stabil menyebabkan ramalan model menjadi salah. Selain itu, titik- cenderung membangun pola dan tidak terdistribusi.

Gambar 4.1 Hasil Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot



Dari grafik, titik-titik terlihat tersebar tanpa membentuk pola tertentu yang jelas. Tidak terlihat adanya pola yang mengembang, mengecil, atau bergelombang yang menunjukkan bahwa nilai residual relatif stabil di sepanjang nilai prediksi. Hal ini mengindikasikan asumsi homokedastisitas terpenuhi. Agar model regresi dianggap memenuhi prsyarat yang sah. Scatterplot diatas menunjukkan bahwa tidak terjadi homoskedastisitas, yang berarti varians dari residual pada model regresi ini tidak menyerupai varians dari residual pada pengamatan.

4.2.2.4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dipergunakan guna mendeteksi apakah kesalahan pengganggu tahun berjalan dan pengganggu periode tahun terdahulu suatamodel regresi linear berhubungan. Kompetensi variabel independen menjabarkan variabel dependen dapat berkurang ketika model regresi ada autokorelasi. Uji autokorelasi dihasilkan di tabel dibawah ini :

Tabel 4.5 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.306 ^a	.094	.035	2.68627	2.041
a. Predictors: (Constant), REPUTASI PERUSAHAAN, CSR, PROFITABILITAS					
b. Dependent Variable: MANAJEMEN LABA					

Sumber : data diolah sendiri oleh penulis dengan SPSS 26 (2025)

Berdasarkan pengujian tabel menjabarkan nilai DW 2.171 total sampel yang diuji 30 dan 3 variabel (k=4). Tabel Durbin-Watson mendapat nilai dL = 1,1426 dan nilai dU = 1,7386. Maka perhitungan nilai 4-dU = 4-1,7386 = 2,041. Maka, hasil Kesimpulan uji ini $dU < d < 4-dU$ yakni $1,7386 < 2,041 < 2,2614$ yang

maknanya tak terjadi autokorelasi positif atau negatif pada penelitian ini. Pada model regresi linear tidak terdapat hubungan pada kesalahan rekaman periode t dan kesalahan rekaman periode t sebelumnya.

4.2.3 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari uji regresi linear berganda dan *Moderated Regression Analysis* (MRA). Model 1 untuk mengetahui pengaruh langsung dari CSR, profitabilitas, reputasi perusahaan terhadap manajemen laba tanpa mempertimbangkan interaksi atau moderasi. Model 2 untuk menguji efek moderasi apakah hubungan antara CSR terhadap manajemen laba dimoderasi oleh reputasi perusahaan. Dan model 3 untuk menguji efek moderasi apakah hubungan profitabilitas terhadap manajemen laba dimoderasi oleh reputasi perusahaan.

4.2.3.1 Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Analisis Regresi Moderasi

Tabel 4.6 Regresi Linear Berganda (Tanpa Moderasi)

Model 1			
Variabel	β	t	Sig.
Constant	9.991	3.661	0.001
CSR	-20.017	-2.852	0.006
Profitabilitas	20.263	2.680	0.010
F-hitung			9.913
Sig. F			0.000
Adjusted R ²			0.267

Sumber : data diolah sendiri oleh peneliti melalui SPSS 26 (2025)

$$M. \text{Laba} = 9.991 - 20.017 (\text{CSR}) + 20.263 (\text{Profitabilitas}) + e$$

Tabel 4.6 merupakan hasil uji hipotesis yang diujikan di dalam penelitian ini. Hipotesis pertama yang disebutkan dalam penelitian ini berbunyi CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, melalui pengujian yang telah dilakukan didapatkan nilai signifikansi 0.006 ($< 0,05$) dengan arah negatif sebesar -2.852 yang artinya hipotesis yang diajukan dapat diterima. Pengungkapan CSR oleh suatu perusahaan dinilai dapat mengurangi konflik antar manajer dan pemilik yang terjadi di dalam konteks teori agensi (Gita & Abdul, 2016). Konflik yang terjadi diantara manajer dan pemilik dapat dikurangi karena manajer bertanggung jawab untuk melampirkan pengungkapan CSR dan melaporkan keberlanjutan bisnis perusahaan secara lengkap dan transparan. Hasil penelitian (Eva & Lilik, 2021) menyebutkan hal serupa bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba dengan memaksimalkan CSR manajer dapat memaksimalkan kualitas manajemennya dengan memilih kebijakan prosedur akuntansi agar mencapai target laba yang diinginkan serta dapat mencapai tujuan memaksimalkan kinerja perusahaannya dan kesejahteraan bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

Hasil pengujian untuk hipotesis kedua dalam penelitian ini, didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,010 ($< 0,05$) dengan arah positif sebesar 2.680 yang artinya hipotesis kedua dalam penelitian ini diterima. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba, semakin tinggi tingkat profitabilitas, maka Tingkat manajemen laba juga meningkat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Gita & Abdul, 2016) yang menyatakan bahwa pengaruh positif menunjukkan bahwa semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka akan

memicu praktik manajemen laba yang tinggi pula. Ketika profitabilitas yang diperoleh perusahaan kecil ada periode tertentu yang mendorong manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba dengan cara menjadikan laba pada periode berjalan lebih tinggi dari pada laba sesungguhnya. Sebaliknya, ketika profitabilitas perusahaan tinggi pada periode tertentu, maka manajemen melakukan praktik manajemen laba dengan cara menjadikan laba pada periode berjalan lebih rendah daripada laba sesungguhnya (Setiowati et al., 2023).

Model regresi 1 yang terdiri dari variabel CSR dan profitabilitas secara Bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Artinya, model ini dapat digunakan untuk menhelaskan variasi tingkat manajemen laba pada sampel penelitian. Dengan nilai f-hitung 9.913, nilai t signifikan sebesar 0,000 ($< 0,05$). Dan juga didapatkan nilai adjusted R^2 sebesar 0,267 bahwa 26,7% variasi manajemen laba dapat dijelaskan oleh variabel CSR dan profitabilitas.

Tabel 4.7 Regresi Linear Berganda (CSR*Reputasi Perusahaan)

Model 2			
Variabel	β	t	Sig.
Constant	7.532	1.493	0.142
CSR	-26.172	-2.577	0.013
Reputasi Perusahaan	0.168	3.102	0.014
CSR*Reputasi Perusahaan	-0.002	-0.041	0.967
F-hitung			7.003
Sig. F			0.000
Adjusted R^2			0.329

Sumber : data diolah sendiri oleh peneliti melalui SPSS 26 (2025)

$$M. \text{Laba} = 7.532 - 26.172 (\text{CSR}) + 0.168 (\text{Rep}) - 0.002 (\text{CSR} \times \text{Rep}) + e$$

Hasil uji untuk hipotesis ketiga dalam penelitian ini, reputasi perusahaan memoderasi pengaruh CSR terhadap manajemen laba ditolak. Dengan melihat hasil uji pada tabel diatas, interaksi antara variabel CSR dan reputasi perusahaan memiliki nilai koefisien sebesar -0.002, nilai t sebesar -0,041, dan nilai signifikansi 0,967 ($> 0,05$) yang dapat diartikan variabel reputasi perusahaan tidak memperkuat maupun memperlemah pengaruh CSR terhadap manajemen laba. Untuk hasil uji F didapatkan sebesar 7.003 dan nilai adjusted R^2 sebesar 32,9% variasi manajemen laba dapat dijelaskan oleh variabel CSR, reputasi perusahaan dan interaksi CSR dengan perusahaan. Sisanya, 67,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini..

Tabel 4.8 Regresi Linear Berganda (Profitabilitas*Reputasi Perusahaan)

Model 3			
Variabel	β	t	Sig.
Constant	7.571	1.493	0.142
Profitabilitas	24.787	2.621	0.012
Reputasi Perusahaan	0.168	3.138	0.003
Profitabilitas *Reputasi Perusahaan	-0.001	-0.016	0.987
F-hitung			7.003
Sig. F			0.000
Adjusted R^2			0.963

Sumber : data diolah sendiri oleh peneliti melalui SPSS 26 (2025)

$$M. \text{Laba} = 7.571 + 24.787 (\text{Profit}) + 0.168 (\text{Rep}) - 0.001 (\text{Profit} \times \text{Rep}) + e$$

Tabel diatas adalah hasil dari uji interaksi variabel profitabilitas dengan reputasi perusahaan untuk menguji hipotesis keempat dalam penelitian ini. Didapat nilai konstanta sebesar -0.001, nilai t sebesar 0.016, dan nilai signifikansi sebesar 0,142 ($> 0,05$). Variabel interaksi pada model regresi ini tidak signifikan karena ($>0,05$). Artinya hipotesis keempat yang diajukan

ditolak. Reputasi perusahaan tidak mampu memoderasi hubungan profitabilitas dengan manajemen laba sehingga reputasi perusahaan tidak memperkuat atau memperlemah pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba. Nilai f-hitung sebesar 7.003.

Nilai adjusted R^2 sebesar 96,3% variasi manajemen laba dapat dijelaskan oleh profitabilitas, reputasi perusahaan, dan interaksi profitabilitas dengan reputasi perusahaan. Sisanya sebesar 3,7% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi ini.

Tabel 4.9 Hasil Penelitian

No.	Hipotesis penelitian	Sig	t	Kesimpulan
1.	CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba	0,006	-2.852	Hipotesis pertama diterima
2.	Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba	0,010	2.680	Hipotesis kedua diterima
3.	Reputasi perusahaan memoderasi hubungan CSR terhadap manajemen laba	0,967	-0,041	Hipotesis ketiga ditolak
4.	Reputasi perusahaan memoderasi	0,987	-0,016	Hipotesis keempat ditolak

	hubungan profitabilitas terhadap manajemen laba			
--	---	--	--	--

Sumber : diolah peneliti (2025)

4.3 Interpretasi Hasil

1. Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Manajemen laba

Kesimpulan pengujian dari hipotesis pertama adalah dampak CSR pada manajemen laba uji analisis regresi linear berganda mendapatkan nilai koefisien -20,017 arah negatif. Pada uji T memperoleh nilai signifikansi $0,010 < 0,05$ melihat CSR berdampak signifikan negatif pada manajemen laba. CSR dalam penelitian ini dihitung secara nilai 1 ketika perusahaan melaporkan sesuai dengan indeks GRI 4.0, jika tidak diberi nilai 0. Hal tersebut dapat dilihat berdasarkan laporan keberlanjutan suatu perusahaan.

Berdasarkan pengujian hipotesis pertama, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) secara signifikan memengaruhi bagaimana perusahaan mengelola pendapatan mereka. Agar hipotesis pertama diterima, maka studi ini mendukung hipotesis diajukan. Melalui lensa teori keagenan, dampak CSR pada manajemen laba dalam studi mampu diuji. Hubungan manajer perusahaan (agen) dan investor (principal) dijelaskan oleh teori keagenan (Jensen & Meckling, 1976). Teori keagenan menyebutkan ada ketidaksamaan kepentingan investor dan manajer dapat menimbulkan konflik, terutama saat manajer punya informasi lebih banyak daripada investor dan cenderung bertindak demi kepentingan diri sendiri.

Berdasarkan konteks ini CSR berperan sebagai mekanisme yang dapat mengurangi konflik keagenan dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas suatu perusahaan, sehingga investor serta pemangku kepentingan lainnya memiliki kepercayaan lebih besar terhadap laporan keuangan yang disajikan (Lastanti &

Salin, 2019). Perusahaan dengan komitmen pengungkapan CSR yang tinggi umumnya terletak di bawah pemantauan lebih ketat pada masyarakat dan regulator, sehingga manajer memiliki insentif lebih rendah dalam melaksanakan praktik manajemen laba di perusahaan akibat risiko terhadap kepercayaan dan reputasi pemangku kepentingan. Namun, pada beberapa kasus pengungkapan CSR juga dapat dipakai menjadi alat legitimasi menyembunyikan praktik manajemen laba yang dimana citra positif dari program pengungkapan CSR digunakan manajer untuk mengurangi adanya tekanan dari investor dan pemangku kepentingan (Masruroh, 2019). Oleh karena itu, dalam perspektif teori keagenan, CSR dapat menjadi mekanisme yang menkenai praktik manajemen laba dengan mengurangi konflik kepentingan dan meningkatkan pengawasan, akan tetapi berpotensi menimbulkan asimetri informasi apabila tidak dilakukan dengan transparansi dan akuntabilitas.

2. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Temuan olah data untuk hipotesis kedua yaitu dampak profitabilitas pada manajemen laba menunjukkan bahwa analisis regresi linear berganda nilai koefisien yang didapat adalah sebesar 20.263 dengan arah hubungan positif. Pada uji T profitabilitas memiliki nilai signifikansi 0,012 kecil dari 0,05 sehingga simpulannya profitabilitas berdampak secara signifikan dan positif pada manajemen laba. Profitabilitas dihitung atau didapatkan secara mengetahui nilai ROA laporan keuangan di perusahaan. Dalam studi ini didapatkan nilai ROA melalui situs Bloomberg Undip.

Setelah menguji hipotesis yang kedua ini, ditemukan manajemen laba signifikan dipengaruhi profitabilitas ditunjukkan oleh return on assets (ROA). Studi ini memperkuat teori yang sudah dibuktikan. Ini menunjukkan hipotesis kedua penelitian ini diterima. Hal ini disebabkan karena profitabilitas sangat memengaruhi manajemen laba. dalam rangka memuaskan para pemangku kepentingan manajemen dapat melakukan kecurangan laporan keuangan tanpa memperhatikan Tingkat profitabilitas (Lesmana et al., 2020).

Perusahaan dengan profitabilitas tinggi memiliki kemampuan untuk mengurangi manajemen laba untuk mengurangi kewajiban pajak dan membangun stabilitas keuangan jangka panjang. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas rendah mungkin terlibat dalam strategi manajemen laba yang dilaporkan untuk menjaga kepercayaan investor, menarik modal, dan mempertahankan posisi mereka di pasar (Hao et al., 2023). Maka dari itu, praktik manajemen laba dapat digunakan untuk menjaga stabilitas laporan keuangan dan mempertahankan kepercayaan *stakeholder*.

3. Pengaruh Reputasi Perusahaan dalam Memoderasi Hubungan CSR terhadap Manajemen Laba

Pengujian hipotesis ketiga ini menunjukkan reputasi perusahaan tak mampu memoderasi hubungan CSR pada manajemen laba. Sehingga hasil pengujian menolak hipotesis ketiga. Artinya, hipotesis ini ditolak. Berdasarkan teori ini, reputasi perusahaan seharusnya menjadi mekanisme pengawasan yang dapat menekan praktik manajemen laba. Tetapi, temuan studi melihat reputasi perusahaan tak dapat membatasi praktik tersebut, karena perusahaan dengan

reputasi perusahaan baik dapat memperoleh kepercayaan lebih besar investor dan pemangku kepentingan lainnya, sehingga pengawasan terhadap laporan keuangan menjadi lebih longgar (Susila & Prena, 2019). Selain itu, perusahaan dapat menggunakan CSR sebagai alat legitimasi untuk mempertahankan reputasi perusahaan, meskipun tetap melakukan praktik manajemen laba. Manajer yang ingin menjaga kepercayaan pasar mungkin menggunakan CSR sebagai strategi untuk mengalihkan perhatian pemangku kepentingan dan ketidakwajaran dalam laporan keuangan.

Berdasarkan perspektif teori keagenan, kondisi ini menunjukkan bahwa meskipun reputasi perusahaan berfungsi sebagai sinyal kredibilitas, tetap ada celah bagi manajer untuk mengeksploitasi informasi yang tidak sempurna demi adanya kepentingan pribadi. Maka dari itu, hasil pada penelitian ini mengindikasikan bahwa reputasi perusahaan tidak cukup kuat untuk memoderasi korelasi CSR pada manajemen laba. Dikarenakan tidak mampu menghilangkan konflik keagenan yang menjadi dasar praktik manipulasi laporan keuangan (Setiawan & Venona, 2023).

4. Pengaruh Reputasi Perusahaan dalam Memoderasi Hubungan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Pengujian hipotesis keempat ini memperlihatkan reputasi perusahaan tak mampu memoderasi hubungan profitabilitas pada manajemen laba. Sehingga hasil uji pada studi ini menolak hipotesis yang diusulkan. Artinya hipotesis keempat ditolak. Hasil ini terdapat indikasi bahwa meskipun perusahaan memiliki reputasi positif, hal tersebut tidak serta-merta mengurangi insentif manajer untuk melaksanakan praktik manajemen laba, terutama dalam kondisi profitabilitas yang fluktuatif.

Ketidakmampuan reputasi perusahaan dalam memoderasi hubungan profitabilitas pada manajemen laba ini dijelaskan melalui teori keagenan.

Teori keagenan menekankan bahwa adanya konflik kepentingan antara investor (principal) manajer (agen) (Jensen & Meckling, 1976). Manajer yang mempunyai informasi lebih banyak dibandingkan investor dapat memanfaatkan ketidaksempurnaan informasi atau *asymmetry information* untuk bertindak demi kepentingan diri sendiri. Jika pengawasan eksternal terhadap perusahaan tidak cukup kuat, maka reputasi perusahaan yang sudah terbangun justru dapat memberikan rasa aman untuk manajer melaksanakan tindakan manajemen laba tanpa menimbulkan kecurigaan. Sebagai hasilnya, temuan studii melihat hubungan antara profitabilitas juga manajemen laba tidak selalu efektif diatur oleh reputasi perusahaan, terutama jika perusahaan tidak memiliki pengawasan dan keterbukaan yang memadai.