

Analisis Dampak Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

Analysis of the Impact of Company Size and Profit Management on Corporate Social Responsibility in Manufacturing Companies in the Consumer Goods Industry Sector Listed on the Indonesian Stock Exchange

Rizal Abas¹, Dahniyar Daud², Annas Lalo³, Andi Agus⁴, Hisnol Jamali⁵, Rahman Pura⁶

^{1,2,3,4,5,6} (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bongaya, Makassar, Indonesia)

dahniyar.daud@stiem-bongaya.ac.id

DOI: 10.55963/jraa.v11i3.699

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan mengetahui bagaimana dampak ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap *corporate social responsibility* pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Pengumpulan data menggunakan data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan yang diakses melalui www.idx.co.id pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berjumlah 159 perusahaan. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 57 perusahaan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural (*size*) berpengaruh negatif signifikan terhadap *corporate social responsibility* yang diukur dengan menggunakan *corporate social responsibility index* (CSRI), dana manajemen laba yang diukur dengan *estimate discredet accrual* (EDA) tidak berpengaruh signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR) yang diukur dengan *corporate social responsibility index* (CSRI). Implikasi dari hasil pengaruh ukuran perusahaan yang negatif menunjukkan bahwa realisasi pengungkapan CSR pada perusahaan relatif rendah karena tidak semua perusahaan menggunakan pedoman pengungkapan CSR yang terbaru (GRI G-4) dimana indikator pengungkapan CSR dalam pedoman ini lebih luas. Sedangkan implikasi dari manajemen laba tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR) kegiatan manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan tidak akan meningkatkan kegiatan CSR.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility* (CSRI), Manajemen Laba (EDA), Ukuran Perusahaan (*Size*).

Abstract - *This study aims to determine and test company size and earnings management on corporate social responsibility in manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange. Data collection uses secondary data obtained from financial reports accessed through www.idx.co.id in manufacturing companies in the consumer goods industry sector using purposive sampling technique. The population is 159 Manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange with a total of 159 observations. While the samples taken were 57 observations. The results showed that the size of the company as measured by natural logarithms (*size*) had a significant negative effect on corporate social responsibility as measured using the corporate social responsibility index (CSRI), earnings management funds measured by estimate discredet accrual (EDA) had no effect on corporate social responsibility (CSR) as measured by the corporate social responsibility index (CSRI). The implications of the results of the negative influence of company size show that the realization of CSR disclosure in companies is relatively low because not all companies use the latest CSR disclosure guidelines (GRI G-4) where the CSR disclosure indicators in these guidelines are broader. While the implications of earnings management have no effect on corporate social responsibility (CSR), earnings management activities carried out by companies will not increase CSR activities.*

Keywords: *Company Size (Size), Corporate Social Responsibility (CSRI), Earnings Management (EDA).*

PENDAHULUAN

Perusahaan dalam menjalankan bisnis mempunyai tanggung jawab terhadap pemangku kepentingan. seperti pemegang saham, karyawan, pemasok, kreditor, masyarakat dan lingkungan. Tanggung jawab yang diemban oleh suatu perusahaan adalah tanggung jawab sosial untuk menilai seberapa besar pengaruh perusahaan terhadap masyarakat dalam mempengaruhi keputusan bisnis suatu perusahaan. Menurut (Undang-Undang No. 40 Tahun 2007) menjelaskan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu kewajiban yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan, yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Tanggung jawab suatu perusahaan terhadap lingkungan sosial dapat dinilai mulai dari pencarian bahan baku perusahaan untuk menghasilkan suatu produk hingga proses pembuangan limbahnya. Terkadang persaingan bisnis membuat perusahaan tidak memperhatikan permasalahan lingkungan dan sosial di sekitar perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) erat kaitannya dengan aspek etika dan moral dalam pengambilan keputusan dan juga perilaku perusahaan, isu penting dalam hal ini adalah perlindungan lingkungan, hubungan dengan komunitas lokal, dan hubungan antara pemasok dan konsumen. Namun kenyataannya masih ada perusahaan yang mengabaikan tanggung jawab sosial sehingga menimbulkan beberapa kasus yang menimbulkan konflik dengan masyarakat sekitar. Fenomena yang terjadi saat ini di Indonesia adalah perusahaan manufaktur yang rawan menghasilkan limbah produksi dan pencemaran lingkungan tidak melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR), salah satunya adalah PT. Greenfields Indonesia di kawasan Blitar, Jawa Timur. Pada Juli 2021, pihak perusahaan mencemari limbah kotoran sapi pabrik susu di kawasan perusahaan yang memicu protes warga sekitar. Limbah perusahaan mencemari sungai di sekitar pabrik sehingga menimbulkan bau busuk dan menyebabkan kematian ikan (<https://news.detik.com>). Adanya kasus ini semakin membuat perusahaan tersebut menjadi sorotan. Jadi ukuran perusahaan dan manajemen laba menjadi motivasinya melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR).

Ukuran perusahaan merupakan skala yang digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan (Sekarwigati & Effendi, 2019). Penentuan ukuran perusahaan dalam penelitian ini didasarkan pada total aset perusahaan hal ini dikarenakan aset dianggap lebih stabil dan lebih mencerminkan besar kecilnya perusahaan. Penelitian yang dilakukan (Sekarwigati & Effendi, 2019) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Erawati & Sari L, 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Semakin besar ukuran perusahaan maka semakin dikenal masyarakat. Artinya lebih mudah mendapatkan informasi mengenai perusahaan, karena perusahaan besar akan mendapat pengawasan lebih dari masyarakat lokal dibandingkan dengan perusahaan kecil sehingga akan lebih banyak mengungkapkan informasi. Perusahaan besar akan mendapat perhatian lebih dari masyarakat. Sehingga biasanya perusahaan besar mempunyai keinginan yang kuat untuk selalu menjaga kondisi masyarakat. Perusahaan yang memiliki tingkat badan usaha yang tinggi akan menarik calon investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut dan jika saham perusahaan semakin tinggi maka akan meningkatkan pengungkapan CSR. Hal selanjutnya yang dapat mempengaruhi *corporate social responsibility* adalah manajemen laba. Manajemen laba merupakan suatu tindakan yang bertentangan dengan etika dan moral dalam pelaporan, karena bertujuan untuk menyesatkan pengambilan keputusan oleh pemangku kepentingan berdasarkan laba yang dilaporkan. Penelitian yang dilakukan (Mahesti & Zulaiikha, 2019) menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sedangkan penelitian yang dilakukan (Yasin, 2020) menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh positif signifikan terhadap *corporate social responsibility* (CSR).

Dari fenomena dan penelitian empiris, peneliti merumuskan masalah dalam penelitian ini adalah apakah ukuran perusahaan dan manajemen laba berpengaruh terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengelaborasi pengaruh ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap tanggung jawab sosial perusahaan. Manfaat dari penelitian ini adalah agar dapat menambah wawasan dan juga informasi terkait pentingnya mengungkapkan tanggung

jawab sosial perusahaan dalam laporan keuangan dan juga tanggung jawab sosial baik kepada masyarakat sekitar maupun terhadap lingkungan. Sementara kontribusi penelitian ini dibanding dengan penelitian sebelumnya adalah menganalisis kembali ditahun berbeda dengan peneliti sebelumnya dan juga penelitian empiris fokus penelitiannya lebih luas ke perusahaan manufaktur secara umum. Penelitian ini menfokuskan ke perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi.

TINJAUAN LITERATUR

Teori Pemangku Kepentingan

Teori pemangku kepentingan menyatakan bahwa suatu perusahaan bukanlah suatu entitas yang beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun perusahaan juga harus memberikan manfaat kepada pemangku kepentingannya (pemegang saham, pemerintah, konsumen, pemasok, masyarakat, analis dan pihak lain). Yang menjadi pertimbangan dalam mengungkapkan informasi laporan perusahaan adalah kelompok pemangku kepentingan (Erawati & Sari L, 2021). Teori pemangku kepentingan mempunyai tujuan utama untuk membantu pengelola perusahaan dalam meningkatkan nilai dari aktivitas yang dilakukan perusahaan dan juga dapat meminimalisir kerugian bagi pemangku kepentingan. Teori pemangku kepentingan memiliki konsep dimana kelangsungan hidup suatu perusahaan dipengaruhi oleh pemangku kepentingannya. Tanggung jawab suatu perusahaan tidak hanya terletak pada memaksimalkan keuntungan dan kepentingan pemegang saham saja, namun juga harus memperhatikan pemasok, masyarakat, dan pelanggan sebagai bagian dari operasional perusahaan.

Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR)

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan sebuah konsep bahwa organisasi dalam hal ini lebih khusus lagi perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan hidup dalam seluruh aspek operasional perusahaan (Sekarwigati & Effendi, 2019). Menurut (Meiyana & Aisyah, 2019) perusahaan yang melaksanakan *corporate social responsibility* (CSR) dengan baik juga akan memiliki citra yang baik di masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan kepedulian lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksi dengan pemangku kepentingan yang melampaui tanggung jawab hukum organisasi. Penilaian CSR perusahaan dilakukan dengan melakukan checklist pada setiap item yang diungkapkan perusahaan dan membandingkannya dengan jumlah total item yang ditentukan oleh *global reporting initiative* (GRI) (Susilowati et al, 2018). Program CSR mulai masuk ke Indonesia setelah disahkannya (Undang-Undang No. 40 Tahun 2007) tentang perseroan terbatas (PT) dan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan CSR yaitu (Undang-Undang No. 40 Tahun 2007) pasal 74 yang berbunyi: 1) perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha dalam bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. 2) Tanggung jawab sosial dan lingkungan hidup sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perusahaan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perusahaan, yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan keadilan. 3) Perusahaan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) akan dikenakan sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. 4) Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah, sedangkan pasal 25 (b) undang undang penanaman modal mewajibkan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan. Dari kedua pasal tersebut kita bisa melihat bagaimana pemerintah Indonesia berupaya mengatur kewajiban pelaksanaan CSR oleh perusahaan atau pemilik modal. Pengungkapan *corporate social responsibility* (CSR) merupakan pengungkapan informasi terkait lingkungan hidup dalam laporan tahunan suatu perusahaan. CSR diukur menggunakan instrumen *global reporting initiative* (GRI) versi terbaru yaitu G4. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item. Penilaian dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengungkapan CSR dengan memberikan skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk

item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan CSRI (Susilowati et al, 2018) adalah sebagai berikut:

$$CSRI = \text{Ln} (\sum X_i) / J \quad (1)$$

Keterangan:

CSRI = indeks tanggung jawab sosial perusahaan; Perusahaan ni = jumlah item untuk perusahaan;

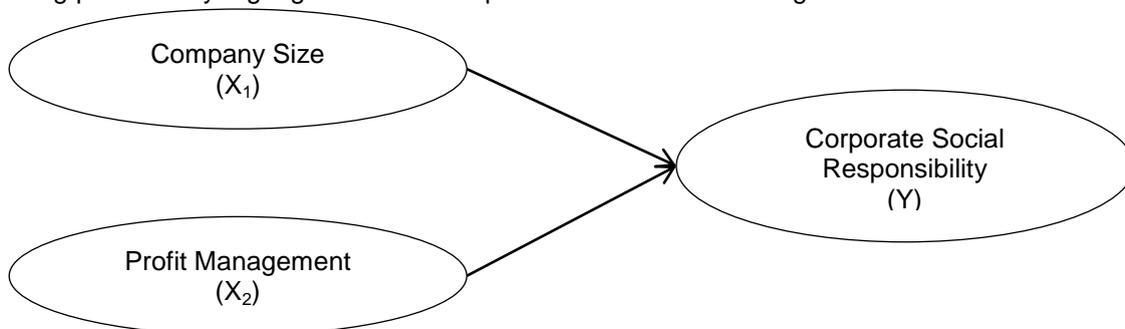
j X_{ij} = variabel *dummy*: 1 = jika item i diungkapkan 0 = jika item i tidak diungkapkan.

Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan suatu kegiatan manajerial untuk “mempengaruhi” laporan keuangan baik dengan memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan maupun dengan memilih metode akuntansi yang diterima dalam prinsip akuntansi yang berlaku umum, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan. Bagi manajemen, laporan keuangan merupakan sarana pelaporan kepada pihak luar mengenai partisipasinya dalam berinvestasi pada perusahaan. Dari beberapa jenis laporan keuangan yang ada, laporan laba rugi merupakan laporan keuangan yang sering diperhatikan oleh para penggunanya. Laporan laba rugi menyajikan informasi terkait ukuran kinerja perusahaan yang disajikan dalam bentuk laba atau rugi (Achayani & Lestari, 2019). Laba yang dihasilkan suatu perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja itu sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Informasi mengenai laba sebagaimana tercantum dalam pernyataan konsep akuntansi keuangan (SFAC) nomor 2 merupakan unsur utama dalam laporan keuangan dan memegang peranan penting bagi pihak yang menggunakannya karena mempunyai nilai prediktif. Hal inilah yang membuat manajemen berusaha melakukan tindakan manajemen laba agar kinerja perusahaan terlihat baik di mata pihak eksternal. Menurut (Ulfa, 2019), teknik manajemen laba dan pola dapat dilakukan dengan menggunakan tiga teknik, antara lain: 1) memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi, 2) mengubah metode akuntansi, 3) pergeseran periode biaya atau pendapatan.

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan bentuk penelitian yang berbentuk penelitian dokumentasi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang berjumlah 159 perusahaan. Teknik penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, sehingga sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu berjumlah 57 perusahaan.

Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan sebuah konsep bahwa organisasi dalam hal ini lebih khusus lagi perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan hidup dalam seluruh aspek operasional perusahaan (Sekarwigati & Effendi, 2019). CSR diukur menggunakan instrumen *global reporting initiative* (GRI)

versi terbaru yaitu G4. Dalam standar GRI-G4, indikator kinerja dibagi menjadi tiga komponen utama yaitu ekonomi, lingkungan hidup, dan sosial. Total indikator yang terdapat dalam GRI mencapai 91 item. Penilaian dilakukan untuk mengukur sejauh mana pengungkapan CSR dengan memberikan skor 0 dan 1. Dimana nilai 0 untuk item yang tidak diungkapkan dan nilai 1 untuk item yang diungkapkan perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut:

$$CSRI = Ln (\sum Xi) \tag{2}$$

Ukuran perusahaan merupakan ukuran dimana perusahaan dapat dikelompokkan menurut besar kecilnya perusahaan (Ruroh & Latifah, 2018). Ukuran perusahaan diukur menggunakan logaritma natural (Ln) dari total aset. logaritma natural (Ln) digunakan untuk memperkecil perbedaan yang signifikan antara ukuran perusahaan yang terlalu besar dengan ukuran perusahaan yang terlalu kecil, sehingga dari total aset terbentuklah logaritma natural yang bertujuan untuk membuat data jumlah aset. berdistribusi normal (Pribadi et al, 2018).

Manajemen laba merupakan suatu kegiatan manajerial untuk “mempengaruhi” laporan keuangan baik dengan memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan maupun dengan memilih metode akuntansi yang diterima dalam prinsip akuntansi yang berlaku umum, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan. Untuk mengukur manajemen laba suatu perusahaan adalah sebagai berikut (Budianti & Sulistyawati, 2019) dengan rumus sebagai berikut:

$$\frac{\text{Laba Tahun ini} - \text{Laba Tahun Sebelumnya}}{\text{Laba Operasi}} \tag{3}$$

Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda dengan bantuan *software* SPSS 26 for *windows*. Sebelum melakukan analisis regresi linier berganda terlebih dahulu dilakukan analisis statistik deskriptif, kemudian dilanjutkan analisis statistik inferensial koefisien determinasi (r²) dan kelayakan model. Dan uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas.

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

Temuan

Analisis statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau memberikan gambaran mengenai objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi. Dalam suatu penelitian suatu data dapat dikatakan baik apabila dalam statistik deskriptif nilai rata-rata (*mean*) setiap variabel dan indikator lebih besar dari standar deviasinya. Hasil analisis statistik deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. *Descriptive Statistical Analysis Descriptive*

	N	Mean	Std. Deviation
<i>Company size</i>	57	4.6982	2.83636
<i>Profit management</i>	57	2.6944	,43860
CSR	57	,6361	,60273
<i>Valid N (listwise)</i>	57		

Dalam penelitian ini sampel (N) yang digunakan sebanyak 57 data, data analisis statistik deskriptif rinci masing-masing variabel independen dan variabel dependen, nilai rata-rata (*mean*) dan standar deviasi. Pada variabel ukuran perusahaan nilai mean sebesar 4,6982 dengan nilai standar deviasi sebesar 2,83636. Nilai mean yang lebih besar ini menunjukkan bahwa hasil deskriptif data variabel yang digunakan baik. Nilai *mean* dari variabel manajemen laba adalah 2,6944, dengan nilai standar deviasi sebesar 0,43860. Jadi nilai rata-rata (*mean*) yang lebih besar ini dapat dinyatakan sebagai peningkatan nilai, sehingga hasil deskriptif data variabel yang digunakan adalah baik. Nilai rata-rata (*mean*) variabel CSR sebesar 0,6361 dengan nilai standar deviasi sebesar 0,60273. Hal ini dapat dinyatakan bahwa terjadi kenaikan atau fluktuasi nilai karena besarnya nilai rata-rata dibandingkan dengan nilai standar deviasinya.

Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi berganda dilakukan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam regresi berganda terdapat satu variabel terikat dan lebih dari satu variabel

bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah harga saham yang diproksikan dengan CSR (y), sedangkan variabel bebasnya adalah ukuran perusahaan (x₁) dan manajemen laba (x₂).

Tabel 2. *Result of Multiple Linear Regression Analysis*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	Q	Sig.
(Constant)	,204	,467		,436	,664
Company Size	-,087	,028	-,409	-3,141	,003
Profit Management	,312	,179	,227	1,745	,087

a. Dependent Variable: CSR

Dari tabel di atas diperoleh persamaan sebagai berikut: $y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$ $k = 0,204$ (konstan) $-0,087(x_1) + 0,312(x_2) + 0,467(e)$. Dari persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut: 1) angka konstannya adalah 0,204 menyatakan jika ukuran perusahaan (x₁), dan manajemen laba (x₂). nilainya 0, maka nilai CSR (y) adalah 0,204. 2) Koefisien ukuran perusahaan (x₁) adalah -0,087 menyatakan bahwa setiap kenaikan ukuran perusahaan (x₁) sebesar 1% maka CSR (y) akan mengalami penurunan sebesar -0,087 ketika variabel lain tidak berubah (konstan). 3) Koefisien manajemen laba (x₂) adalah 0,312 menyatakan bahwa setiap tambahan 1% dari manajemen laba (x₂), akan meningkatkan CSR (y) sebesar 0,312 ketika variabel lain tidak berubah (konstan).

Koefisien determinasi (R²)

Koefisien determinasi menunjukkan besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam hal ini dicari koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yang dapat dijelaskan oleh variasi ukuran perusahaan (x₁) dan manajemen laba (x₂) terhadap CSR (y).

Tabel 3. *Coefficient of Determination Results (R²)*

Model	Model Summary b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of The Estimate
1	,405	,164	,133	,56114

a

a. Predictors: (Constant), earnings management, company size.

Dari tabel 3 diketahui uji koefisien determinasi (r) sebesar 0,405 atau 40,5%. Berdasarkan nilai tersebut maka dapat dikatakan bahwa hubungan antara variabel independen yaitu ukuran perusahaan (x₁), dan manajemen laba (x₂) terhadap variabel dependen CSR (y) berada pada kategori rendah. Koefisien determinasi (r²) sebesar 0,164 atau 16,4% yang berarti menunjukkan adanya pengaruh variabel independen yaitu ukuran perusahaan (x₁) dan manajemen laba (x₂) terhadap variabel dependen CSR (y). Artinya CSR (y) dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (x₁) dan manajemen laba (x₂), sedangkan sisanya sebesar 83,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Kelayakan Model (*Fisher Tets*)

Uji F dilakukan untuk menilai apakah model yang dianalisis memenuhi syarat kelayakan model (*goodness of fit model*) berdasarkan pengambilan keputusan terbukti atau tidaknya hipotesis yang diajukan, yaitu jika nilai f-hitung > f-tabel dan pada tingkat signifikansi < 0,05, maka model tersebut dinyatakan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4. *Fishre Test Result*

Model	ANOVAa				
	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	3,340	2	1,670	5,304	,008b
Residual	17,003	54	,315		
Total	20,344	56			

a. Dependent Variabel: CSR

b. Predictors: (Constant), earnings management, Company

Berdasarkan hasil pengujian model di atas, diperoleh nilai f-hitung dari 5.304 dengan derajat kesalahan sebesar 5% ($\alpha=0,05$) dan derajat kebebasan (2;57) sehingga diperoleh nilai f-tabel sebesar

3,1588. Maka berdasarkan hasil yang diperoleh dengan menggunakan rumusan F-INV dapat disimpulkan bahwa nilai f-hitung > f-tabel ($5.304 > 3,1588$) dan nilai p $0,008 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa model yang diuji memenuhi kriteria kelayakan model.

Test Student Test

Uji t-statistik pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh suatu penjelas variabel (independen) secara individual mempunyai kemampuan dalam menjelaskan variasi variabel terikat. Uji t-statistik mempunyai nilai signifikansi $\alpha = 5\%$. Kriteria pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik t adalah jika nilai signifikansi t (*p-value*) $< 0,05$ maka hipotesis alternatif diterima yang menyatakan suatu variabel independen secara individual dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016:96).

1. t-hitung > t-tabel : maka h_0 ditolak dan h_a diterima, maka hipotesis penelitian diterima.
2. t-hitung < t-tabel : maka h_0 diterima dan h_a ditolak maka hipotesis penelitian ditolak.

Tabel 5. Student Test Results

Model	Coefficients ^a		Beta	Q	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error			
(Constant)	,204	,467		,436	,664
Company Size	-,087	,028	-,409	-3,141	,003
Profit Management	,312	,179	,227	1,745	,087

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Data proses SPSS (2022).

Berdasarkan hasil pengujian di atas dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Pengaruh ukuran perusahaan (X_1) terhadap CSR (Y).

Kriteria pengujian uji t pada tabel diatas, diperoleh thitung dari- 3.141, nilai p adalah 0,003 lebih kecil dari 0,05 dan derajat kebebasan = 57, maka t-tabelnya adalah 2,002. Jadi, hasil t-hitung > t-tabel ($3.141 > 2,002$) dan nilai signifikan lebih kecil dari *p-value* 0,05 atau $0,003 < 0,05$, maka dinyatakan h_1 diterima dan h_0 ditolak. Artinya ukuran perusahaan (x_1) berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR (y).

2. Pengaruh manajemen laba (X_2) terhadap CSR (Y).

Kriteria pengujian uji t pada tabel di atas, diperoleh thitung dari 1.745, nilai p adalah 0,087 lebih kecil dari 0,05 dan derajat kebebasan = 57, maka t-tabelnya adalah 2,002. Oleh karena itu, hasil nilai t-hitung < t-tabel ($1.745 < 2,002$) dan nilai signifikan lebih kecil dari *p-value* 0,05 atau $0,087 < 0,05$, maka dinyatakan h_0 diterima dan h_2 ditolak. Artinya manajemen laba (x_2) tidak berpengaruh terhadap CSR (y).

Pembahasan

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSR

Ukuran perusahaan merupakan ukuran dimana perusahaan dapat dikelompokkan sesuai besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan yaitu skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Ukuran suatu perusahaan dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan informasi dalam laporan keuangan perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin dikenal masyarakat yang artinya semakin mudah untuk mendapatkan informasi tentang perusahaan.

Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan pada hipotesis pertama membuktikan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility* dengan nilai t-hitung > t-tabel ($3,141 > 2.002$) dan nilai signifikan lebih kecil dari *p-value* 0.05 atau $0.003 < 0.05$.

Secara umum, semakin besar ukuran perusahaan maka tingkat pengungkapan informasi CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan selalu lebih luas. Pengaruh ukuran perusahaan yang negatif menunjukkan bahwa realisasi pengungkapan CSR pada perusahaan relatif rendah karena tidak semua perusahaan menggunakan pedoman pengungkapan CSR yang terbaru (GRI G-4) dimana indikator pengungkapan CSR dalam pedoman ini lebih luas.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Rivandi & Putra, 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Erawati & Sari L, 2021) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan memiliki arah koefisien regresi yang bernilai positif dengan nilai probabilitas yang menunjukkan nilai yang signifikan. Hasil ini berarti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR, atau dapat dikatakan bahwa semakin besar ukuran dari suatu perusahaan maka nilai dari CSR perusahaan tersebut akan semakin rendah.

Pengaruh Manajemen Laba Terhadap CSR

Manajemen laba merupakan tindakan yang bertentangan terhadap etika dan moral dalam pelaporan, karena bertujuan untuk menyesatkan pengambilan keputusan oleh pemangku kepentingan berdasarkan laba yang dilaporkan. Perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung melakukan pengungkapan CSR yang tinggi.

Hasil pengujian yang dilakukan pada hipotesis kedua, membuktikan bahwa manajemen laba tidak memiliki pengaruh *corporate social responsibility* dengan nilai t -hitung $< t$ -tabel ($1,745 < 2.002$) dan nilai signifikan lebih kecil dari p -value 0.05 atau $0.087 < 0.05$.

Hasil pengujian menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR. Tidak adanya pengaruh antara manajemen laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan disebabkan oleh masih banyaknya perusahaan yang bersifat ekonomis. Selain itu pelaksanaan aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan tidak bertujuan untuk mengalihkan perhatian investor akan pelaksanaan kegiatan manajemen laba, hal ini tidak sejalan dengan teori *stakeholder*. Namun pelaksanaan aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan semata-mata untuk mentaati peraturan perundang-undangan. Sehingga kegiatan manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tidak akan meningkatkan kegiatan CSR.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Yasin, 2020) menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahesti & Zulaikha, 2019) menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa manajemen laba memiliki arah koefisien regresi yang bernilai positif dengan nilai probabilitas yang menunjukkan nilai yang tidak signifikan. Hasil ini berarti bahwa manajemen laba berpengaruh positif tidak signifikan terhadap CSR, atau dapat dikatakan bahwa tinggi rendahnya manajemen laba dari suatu perusahaan maka tinggi rendahnya nilai dari CSR perusahaan tidak akan mempengaruhi tinggi rendahnya nilai CSR.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan maka dapat disimpulkan sebagai berikut: 1) ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini sejalan dengan penelitian (Rivandi & Putra, 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap *corporate social responsibility*, namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan (Erawati & Sari L, 2021) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh. tentang pengungkapan sosial perusahaan, tanggung jawab; 2) manajemen laba tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan (Yasin, 2020) yang menyatakan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap *corporate social responsibility* (CSR). Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mahesti & Zulaikha, 2019) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Saran-saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: 1) bagi perusahaan, agar dapat mempertahankan dan meningkatkan ukuran perusahaan dalam pengelolaan perusahaan, serta memperhatikan nilai-nilai sosial perusahaan, tanggung jawab; 2) disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian dengan menggunakan variabel lain yang mempengaruhi nilai *corporate social responsibility* agar mendapatkan hasil yang lebih baik; 3) bagi peneliti selanjutnya agar memperluas wilayah sampel dalam penelitian agar hasil penelitian dapat digeneralisasikan.

REFERENSI

- Achayani, F., & Lestari, F. (2019). Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Jurnal Riset Akuntansi & Keuangan Indonesia*. Jilid 4. Nomor 1. P-ISSN: 1411-6510, E-ISSN: 2541-6111., <https://journals.ums.ac.id/index.php/reaksi/article/view/8063>.
- Budianti, N., & Sulistyawati, A. (2019). Pengaruh Tata Kelola Perusahaan, Perusahaan Ukuran dan Leverage pada Manajemen Laba. *Majalah Solusi Ilmiah*. Vol. 17 No. 2.
- Daud, D., Jamali, H., & Hardianti, S. (2004). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba Terhadap Corporate Social Responsibility. *Journal of Economic and Social Science* 1.3., 124-131. <https://andipandangajournal.com/index.php/JoESS/article/view/30/34>.
- Dewi, V., & Ekadjaja, A. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas dan Ukuran Perusahaan Tentang Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Multiparadigma Akuntansi Tarumanegara*, 2 (1), 118-126. <https://journal.untar.ac.id/index.php/jpa/article/view/7139>.
- Erawati, T., & Sari L, I. (2021). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan dan Laba Manajemen Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR). *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, Volume 12 Nomor 1, Januari- April. P-ISSN: 2086-4159 E-ISSN: 2656-6648., 48-61. <https://ejournal.unibba.ac.id/index.php/akurat/article/view/390>.
- Ghozali, I. (2018). Penerapan Analisis Multivariat dengan program SPSS. Edisi 7. . Semarang.: Universitas Ponegoro.
- Indonesia, P. H. (t.thn.). Peraturan Hukum Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. Tentang PT (Perseroan Terbatas).
- Mahesti, N. G., & Zulaikha. (2019). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Sosial Perusahaan Pengungkapan Tanggung Jawab (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016). *Jurnal Diponegoro Jurnal Akuntansi*, Vol 8 No. 1., 1-12. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/accounting/article/view/25702>.
- Meiyana, A., & Aisyah, M. (2019). Pengaruh Kinerja Lingkungan, Biaya Lingkungan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Dengan Variabel Intervening Corporate Social Responsibility. *Nominal: Barometer Riset Akuntansi dan Manajemen*, 8 (1), 1-18. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/24495>.
- Pribadi, M. (2018). Pengaruh Struktur Aktiva, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam *Prosiding Kemajuan Konferensi*, (Vol. 1, No. 1), Agustus., (hal. 372-385). <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jra/article/view/147>.
- Pribadi, M. T., Sochib, & Murniati, W. (2018). Pengaruh Struktur Aset, Ukuran Perusahaan, Likuiditas dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan Dagang Besar yang Terdaftar di Perusahaan Bursa Efek Indonesia. . *Counting: Journal of Accounting*, Vol.1 No. 3. ESSN: 2622-304X., 121-134. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jra/article/view/147>.
- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Audit Komite Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Pemilik: Riset & Jurnal Akuntansi*, Jilid 5 (2). E-ISSN: 2548-9224. P-ISSN: 2548-7507., <https://media.neliti.com/media/publications/521894-none-9b19dd0b.pdf>.
- Ruroh, I. N., & Latifah, S. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Risk Minimization Terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). *Jurnal Akademi Akuntansi (JAA)*, Vol. 1 No. 1., <https://doi.org/10.22219/jaa.v1i1.6952>.
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan Likuiditas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Statera: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 16-33. doi: <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>. <http://library.matanauniversity.ac.id/ojs/index.php/statera/article/view/44>.
- Susilowati, F., Zulfa, K., & Hartono, A. (2018). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, Tipe Industri, dan Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure (Studi Empiris Pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). *Isoquant, Jurnal: Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 2 No. 1.,

- 15-25. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.186>.
<https://studentjournal.umpo.ac.id/index.php/isoquant/article/view/186>.
- Undang-Undang No. 40 Tahun 2007, P. 7. (t.thn.). Tentang Sosial dan Lingkungan Hidup Tanggung Jawab.
- Widiastari, P. A., & Yasa, G. W. (2018). Pengaruh Profitabilitas, Free Cash Flow dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana. Vol. 23, 2. ISSN: 2302-8556, 957-981.
https://www.researchgate.net/publication/325902620_Pengaruh_Profitabilitas_Free_Cash_Flow_dan_Ukuran_Perusahaan_Pada_Nilai_Perusahaan.
- Yasin, M. (2020). Pengaruh Manajemen Laba dan Eksposur Media Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Jurnal Ekonomi Akuntansi, Vol. 5 No. 2, 61-76. <https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/JEA17/article/view/4279>.