

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

Sitti Zahra Zahraeny¹, Jumriani², Yelsa³

^{1,2,3} Universitas Negeri Makassar, Indonesia

*Penulis Korespondensi : jumriani@unm.com.ac.id

Abstract- *This study aims to analyze and examine the effect of company size and earnings management on corporate social responsibility (CSR) in manufacturing companies in the consumer goods industry sector listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). The research data were obtained from annual financial reports accessed through www.idx.co.id, using a purposive sampling technique, resulting in 57 companies as samples out of 159 population. Data analysis was performed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results show that company size has a significant negative effect on CSR disclosure, while earnings management has no significant effect on CSR. These findings indicate that large-scale companies do not necessarily have higher CSR disclosure levels, as many have yet to fully adopt the comprehensive Global Reporting Initiative (GRI) G-4 standards. Meanwhile, earnings management activities carried out by companies do not directly contribute to increasing CSR practices. This study is expected to provide insights for company management, investors, and policymakers to enhance transparency and corporate social accountability in Indonesia.*

Keywords: *Company Size; Corporate Social Responsibility; Earnings Management; GRI G-4; Indonesia stock exchange*

Abstrak- Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan menguji pengaruh ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR) pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Data penelitian diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan selama periode pengamatan melalui situs resmi www.idx.co.id dengan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 57 perusahaan sebagai sampel dari total populasi 159 perusahaan. Analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Temuan ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan skala besar belum tentu memiliki tingkat pengungkapan CSR yang lebih luas, karena sebagian besar masih belum sepenuhnya mengikuti pedoman Global Reporting Initiative (GRI) G-4 yang lebih komprehensif. Di sisi lain, aktivitas manajemen laba yang dilakukan perusahaan tidak berkontribusi secara langsung terhadap peningkatan praktik CSR. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi manajemen perusahaan, investor, dan pembuat kebijakan dalam meningkatkan transparansi serta akuntabilitas sosial perusahaan di Indonesia.

Kata Kunci: Bursa Efek Indonesia; Corporate Social Responsibility (CSR); GRI G-4; Manajemen Laba; Ukuran Perusahaan

1. PENDAHULUAN

Perusahaan modern tidak hanya berorientasi pada profitabilitas semata, tetapi juga harus memperhatikan tanggung jawab sosial terhadap lingkungan dan masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan konsep penting dalam dunia bisnis yang menekankan keseimbangan antara pencapaian ekonomi dan keberlanjutan sosial maupun lingkungan. Dalam konteks Indonesia, CSR telah diatur secara hukum melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, yang

mewajibkan perusahaan untuk mengalokasikan dana tanggung jawab sosial sebagai bagian dari biaya operasional perusahaan.

Fenomena implementasi CSR di Indonesia menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan menjalankan tanggung jawab sosialnya secara optimal. Beberapa kasus seperti pencemaran lingkungan yang dilakukan PT Greenfields Indonesia di Blitar menjadi contoh lemahnya komitmen terhadap CSR. Padahal, pelaksanaan CSR yang baik dapat meningkatkan reputasi perusahaan, membangun kepercayaan publik, serta menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan dan pemangku kepentingan (*stakeholders*).

Ukuran perusahaan (*company size*) sering dikaitkan dengan luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial. Perusahaan besar dianggap memiliki sumber daya yang lebih besar dan tekanan publik yang tinggi untuk berperilaku etis. Namun, beberapa penelitian empiris menunjukkan hasil yang beragam. Sekarwigati dan Effendi (2019) menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR, sedangkan Erawati dan Sari (2021) berpendapat tidak ada pengaruh signifikan. Sementara itu, manajemen laba (*earnings management*) juga diduga memengaruhi CSR karena praktik pengelolaan laba dapat digunakan sebagai strategi untuk memperbaiki citra perusahaan di mata publik.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memperkuat bukti empiris tentang hubungan ukuran perusahaan dan manajemen laba terhadap CSR, khususnya di sektor manufaktur barang konsumsi yang memiliki tingkat interaksi tinggi dengan masyarakat. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu akuntansi dan memberikan implikasi praktis bagi dunia usaha agar lebih memperhatikan transparansi dan akuntabilitas sosial dalam menjalankan operasinya.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatori. Data sekunder diperoleh dari laporan keuangan tahunan perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI selama periode pengamatan. Pemilihan sampel dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan kriteria tertentu, sehingga diperoleh 57 perusahaan dari total populasi 159 perusahaan. Variabel dependen yang digunakan adalah *Corporate Social Responsibility (CSR)* yang diukur menggunakan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* berdasarkan pedoman *Global Reporting Initiative (GRI) G4*, dengan 91 indikator yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Variabel independen meliputi ukuran perusahaan yang diukur dengan logaritma natural total aset ($\ln$

Total Aset) dan manajemen laba yang diukur menggunakan *Estimate Discretionary Accruals (EDA)*.

Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Sebelum pengujian, dilakukan uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Seluruh analisis diolah dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26 for Windows.

3. PEMBAHASAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap CSR. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan dengan ukuran besar tidak selalu memiliki komitmen kuat dalam mengungkapkan aktivitas sosialnya. Salah satu penyebabnya adalah perbedaan dalam penerapan standar pengungkapan CSR. Tidak semua perusahaan besar menerapkan pedoman GRI-G4 yang lebih luas dan detail, sehingga tingkat pengungkapan CSR cenderung rendah meskipun skala operasi besar. Hal ini mendukung temuan Rivandi dan Putra (2021) yang juga menemukan pengaruh negatif antara ukuran perusahaan dan pengungkapan CSR. Dengan demikian, ukuran perusahaan bukanlah satu-satunya indikator yang menentukan tingkat kesadaran sosial perusahaan.

Sementara itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik manipulasi laporan keuangan tidak serta-merta diikuti oleh peningkatan aktivitas CSR sebagai upaya menutupi praktik tidak etis tersebut. Banyak perusahaan melakukan CSR semata untuk memenuhi kewajiban regulasi, bukan karena kesadaran moral atau strategi reputasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Yasin (2020) yang menemukan tidak adanya pengaruh signifikan antara manajemen laba dan CSR, namun bertentangan dengan Mahesti dan Zulaikha (2019) yang menemukan pengaruh positif signifikan.

Secara umum, temuan penelitian ini memperkuat pandangan bahwa faktor-faktor internal perusahaan seperti kebijakan manajemen, etika organisasi, dan tata kelola perusahaan (good corporate governance) lebih menentukan dalam implementasi CSR dibandingkan hanya ukuran perusahaan atau praktik manajemen laba. Oleh karena itu, diperlukan peran aktif manajemen dan regulasi yang tegas untuk meningkatkan transparansi sosial di sektor manufaktur Indonesia.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Artinya, semakin besar ukuran perusahaan tidak selalu diikuti oleh meningkatnya pengungkapan CSR.
2. Manajemen laba tidak berpengaruh signifikan terhadap CSR. Aktivitas manipulasi laba yang dilakukan perusahaan tidak mendorong peningkatan kegiatan sosial.
3. Faktor lain di luar ukuran perusahaan dan manajemen laba, seperti profitabilitas, tata kelola perusahaan, dan tekanan pemangku kepentingan, kemungkinan lebih berperan dalam memengaruhi pelaksanaan CSR.

REFERENSI

- Achayani, F., & Lestari, F. (2019). Pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba (Studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015–2017). *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i1.8063>
- Anggraini, F. R. R. (2006). Pengungkapan informasi sosial dan faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan informasi sosial dalam laporan keuangan tahunan. *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi IX*, Padang, Indonesia.
- Budianti, N., & Sulistyawati, A. (2019). Pengaruh tata kelola perusahaan, ukuran perusahaan, dan leverage terhadap manajemen laba. *Majalah Solusi Ilmiah*, 17(2), 45–56. <https://doi.org/10.26623/v17i2.1456>
- 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.
- Erawati, T., & Sari, I. L. (2021). Pengaruh kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan manajemen laba terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 12(1), 48–61. <https://doi.org/10.18860/em.v12i2.10882>
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2014). *Teori akuntansi* (Edisi ke-4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305–360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Mahesti, N. G., & Zulaikha. (2019). Pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2013–2016. *Diponegoro Journal of Accounting*, 8(1), 1–12.

- Rivandi, M., & Putra, R. J. (2021). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan komite audit terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Pemilik: Riset dan Jurnal Akuntansi*, 5(2), 1–10. <https://doi.org/10.33395/owner.v5i2.468>
- Scott, W. R. (2015). *Financial accounting theory* (7th ed.). Pearson Education.
- Sekarwigati, M., & Effendi, B. (2019). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan likuiditas terhadap pengungkapan corporate social responsibility. *Statera: Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, 1(1), 16–33. <https://doi.org/10.33510/statera.2019.1.1.16-33>
- Sembiring, E. R. (2005). Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial: Studi empiris pada perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Prosiding Simposium Nasional Akuntansi VIII*, Solo, Indonesia.
- Susilowati, F., Zulfa, K., & Hartono, A. (2018). Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan ukuran dewan komisaris terhadap corporate social responsibility disclosure. *Isoquant: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1), 15–25. <https://doi.org/10.24269/iso.v2i2.186>
- Watts, R. L., & Zimmerman, J. L. (1986). *Positive accounting theory*. Prentice Hall.
- Yasin, M. (2020). Pengaruh manajemen laba dan eksposur media terhadap pengungkapan corporate social responsibility pada perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi di BEI. *Jurnal Ekonomi Akuntansi*, 5(2), 61–76. <https://doi.org/10.30996/jea17.v5i2.4279>