



Pengaruh *Corporate Social Responsibility* dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Sektor Barang Konsumsi

Dara Antika Usmi Dinanti, Devi Astriani, Avincennia Vindy Fitriana

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Buana Perjuangan Karawang

*ak22.daradinanti@mhs.ubpkarawang.ac.id, devi.astriani@ubpkarawang.ac.id, avincennia.fitriana@ubpkarawang.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022–2024. Pengujian dilakukan baik secara parsial maupun simultan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi praktik manajemen laba dalam entitas yang menjadi objek penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, variabel CSR dan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Temuan ini mengindikasikan bahwa tingkat pengungkapan CSR maupun besar kecilnya perusahaan tidak secara langsung menentukan ada atau tidaknya praktik manajemen laba. Secara simultan, kedua variabel tersebut hanya mampu menjelaskan sebesar 1,4% variasi dalam manajemen laba, sementara sisanya sebesar 98,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Temuan ini menegaskan bahwa dalam konteks sektor barang konsumsi, CSR dan ukuran perusahaan bukan merupakan determinan utama dalam praktik manajemen laba. Secara teoritis, hasil penelitian ini mendukung Teori Keagenan dan Teori Legitimasi yang menyatakan bahwa kedua variabel tersebut tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku manajemen dalam mengelola laba. Secara praktis, penelitian ini memberikan implikasi bagi investor bahwa pengungkapan CSR dan ukuran perusahaan tidak dapat dijadikan satu-satunya indikator dalam mendeteksi praktik manajemen laba. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang lebih mendalam dengan mempertimbangkan variabel lain agar pengambilan keputusan investasi menjadi lebih akurat dan tepat.

Kata kunci: *Corporate Social Responsibility*, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba

1. Latar Belakang

Dalam konteks organisasi, pencapaian tujuan strategis sangat bergantung pada kinerja laba yang dihasilkan, (Fadillah, 2022). Informasi profitabilitas yang diungkapkan dalam laporan keuangan berfungsi sebagai fondasi yang krusial bagi pihak terkait dalam merumuskan kebijakan guna menjamin kelangsungan hidup entitas bisnis, (Nurdiana *et al.*, 2025). Kendati demikian, keluwesan yang terdapat dalam standar pelaporan keuangan berpotensi dimanfaatkan untuk melakukan manipulasi laba, yang bertujuan mempertahankan reputasi korporasi serta meningkatkan daya tarik bagi para investor, (Tombe *et al.*, 2025). Praktik manajemen laba hingga kini tetap menjadi isu yang diperdebatkan karena bersinggungan dengan dimensi etika, keterbukaan informasi, dan akuntabilitas perusahaan, (Pratiwi *et al.*, 2023).

Dalam lingkup industri barang konsumsi, terutama pada subsektor makanan dan minuman, mengindikasikan adanya praktik manajemen laba yang berakar pada kinerja pertumbuhan yang fluktuatif. Kondisi pertumbuhan yang bergejolak tersebut menyebabkan kinerja keuangan mengalami fluktuasi dan berpotensi mendorong dilakukannya praktik pengelolaan laba, (Madrawan & Yudiantara, 2022). Berikut disajikan tabel hasil perhitungan pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk:

Tabel 1. Perhitungan pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk

Tahun	Csr	Ukuran Perusahaan	Da (Manajemen Laba)
2020	0,69	12,30	0,3679
2021	0,62	12,25	-0,0012

2022	0,67	12,26	-0,0271
2023	0,78	12,27	0,0274
2024	0,73	12,29	-0,1242

Sumber: Data diperoleh dari BEI (2020-2024)

Dari data yang ada pada tabel, PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk selama periode 2020–2024 menunjukkan kenaikan tingkat pengungkapan CSR, yakni dari 0,62 pada tahun 2021 menjadi 0,78 pada tahun 2023, yang merefleksikan peningkatan komitmen terhadap tanggung jawab sosial. Namun demikian, perusahaan yang belum menyampaikan seluruh indikator CSR dapat ditafsirkan belum berada dalam tekanan eksternal yang kuat, karena legitimasi sosialnya masih dinilai berada dalam kondisi yang relatif aman, (Sari *et al.*, 2023). Di sisi lain, nilai *discretionary accruals* (DA) mengalami pergerakan yang fluktuatif. Pola tersebut mengindikasikan bahwa walaupun tingkat pengungkapan CSR cenderung meningkat, praktik manajemen laba tetap berlangsung dan tidak senantiasa sejalan dengan perubahan tingkat CSR. Oleh karena itu, pengungkapan CSR dapat digunakan sebagai sarana untuk menjaga reputasi perusahaan di tengah adanya indikasi praktik manajemen laba.

Salah satu aspek pendorong bagi pihak manajemen untuk terlibat pada aktivitas manajemen laba ialah kebijakan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Sijabat *et al.*, (2025) menegaskan bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan dalam mengintegrasikan dampak positif terhadap masyarakat ke dalam kegiatan bisnis guna meningkatkan nilai *stakeholder*. Selain itu, CSR dipahami sebagai instrumen strategis untuk membentuk reputasi perusahaan yang baik, yang pada situasi tertentu dapat memicu terjadinya praktik pengelolaan laba, (Susilo *et al.*, 2025).

Selama periode 2021–2024, ukuran perusahaan meningkat dari 12,25 menjadi 12,29, yang merefleksikan adanya pertumbuhan dalam kapasitas serta skala operasional bisnis. Meskipun demikian, nilai *discretionary accruals* (DA) yang bergerak fluktuatif, baik dalam arah negatif maupun positif, mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba tetap berlangsung walaupun ukuran perusahaan meningkat. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa peningkatan skala perusahaan tidak serta-merta menghilangkan kecenderungan dilakukannya pengelolaan laba. Fenomena ini relevan untuk dikaji lebih lanjut guna memahami sejauh mana pengaruh CSR serta Ukuran Perusahaan terhadap praktik Manajemen Laba.

Secara umum, Ukuran Perusahaan merepresentasikan skala perusahaan yang umumnya diukur berdasarkan total aset, (Anugrah & Irwansyah, 2025). Perusahaan besar umumnya berada dalam sorotan publik serta pengawasan eksternal yang lebih intensif, (Simanungkalit *et al.*, 2023). Tingkat pengawasan yang tinggi tersebut, dalam situasi tertentu, berpotensi mendorong entitas perusahaan untuk melaksanakan praktik pengelolaan laba guna mempertahankan stabilitas kinerja. (Astria *et al.*, 2021).

Temuan penelitian Ayem & Agatha, (2022) dan Yunan, (2023) menunjukkan CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba, karena berperan dalam memperkuat legitimasi perusahaan sekaligus menurunkan tekanan pengawasan. Sebaliknya, Afrilyani *et al.*, (2024) dan Sianny & Herawaty, (2024) menyatakan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh signifikan, mengingat penerapannya justru meningkatkan transparansi serta intensitas pengawasan. Selanjutnya, penelitian Puspita *et al.*, (2025) didukung dengan penelitian Jehadut & Mujiyono, (2025) dalam penelitiannya terdapat Ukuran Perusahaan memengaruhi manajemen laba secara signifikan, yang dipicu melalui tekanan pasar serta ruang fleksibilitas akuntansi yang lebih luas. Akan tetapi, temuan tersebut berbeda dengan hasil penelitian Pratama *et al.*, (2025) dan Aryanti & As'ari, (2023) yang mengindikasikan ukuran perusahaan tidak terdapat pengaruh signifikan, karena perusahaan berskala besar berada dalam pengawasan serta mekanisme tata kelola yang lebih ketat.

Penelitian sebelumnya memperlihatkan adanya perbedaan temuan terkait pengaruhnya CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba, sehingga masih muncul celah penelitian yang perlu ditelaah lebih lanjut. Atas dasar tersebut, penelitian ini diarahkan untuk diuji kembali keterkaitan antara CSR dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan pertama kali dipaparkan oleh Ross (1973) dan selanjutnya dikembangkan lebih lanjut oleh Jensen dan Meckling (1976). Teori tersebut menerangkan relasi antara pihak pemilik perusahaan (*principal*) serta manajemen (*agent*) yang memiliki perbedaan kepentingan, (Manurung & Trisnawati, 2025). Dalam Aulia & Haninun (2023) menjelaskan bahwa dalam perspektif teori agensi, setiap pihak yang terlibat dalam perusahaan mempunyai hak serta kewajiban yang tidak sama, meskipun seluruhnya tetap berkaitan satu sama lain dalam menjalankan proses pengelolaan entitas. Berdasarkan Teori Keagenan, praktik manajemen laba muncul akibat adanya ketidaksetaraan informasi serta perbedaan kepentingan antara pemilik dan manajer. Penerapan CSR berkontribusi terhadap peningkatan transparansi perusahaan, sementara ukuran perusahaan berpengaruh terhadap intensitas pengawasan. Dengan demikian, kedua faktor tersebut berpotensi memengaruhi praktik manajemen laba, (Agustina *et al.*, 2022).

Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Teori legitimasi mengemukakan bahwa entitas perusahaan perlu menyesuaikan kebijakan maupun pelaporannya dengan nilai-nilai serta ekspektasi masyarakat. Legitimasi dipahami sebagai mekanisme untuk memperoleh penerimaan dari publik sehingga keberadaan perusahaan tetap diakui, yang berlandaskan pada konsep kontrak sosial antara perusahaan dan masyarakat, (Massubagiyo & Widyawati, 2023). CSR dipandang sebagai instrumen untuk memperkokoh legitimasi perusahaan, terutama bagi perusahaan berukuran besar yang berada pada tingkat pengawasan publik yang lebih intensif. Namun demikian, upaya mempertahankan legitimasi tersebut juga dapat memengaruhi perilaku manajemen laba, karena manajer berpotensi melakukan pengelolaan laba guna menjaga reputasi dan kepercayaan masyarakat. Oleh sebab itu, dukungan publik menjadi elemen krusial bagi keberlangsungan perusahaan, (Anggraeni *et al.*, 2024).

Manajemen Laba

Manajemen laba dipahami sebagai tindakan penyesuaian atas laporan keuangan yang dilakukan oleh manajemen guna mencapai sasaran tertentu, seperti mempertahankan reputasi perusahaan, memperoleh insentif, atau memenuhi target kinerja yang telah ditetapkan, (Oktavia & Rafli, 2025). Praktik tersebut berpotensi memperbesar konflik kepentingan antara pemilik dan pihak manajemen, yang pada akhirnya mendorong manajemen untuk menampilkan performa perusahaan seolah-olah berada pada kondisi yang lebih menguntungkan. (Retnoningsih *et al.*, 2024). Selain itu, manajemen laba dapat dimaknai sebagai upaya manajerial dalam memodifikasi laba perusahaan melalui berbagai strategi untuk merealisasikan tujuan tertentu, (Wati *et al.*, 2025). Perhitungan nilai *discretionary accrual* (DA) dilakukan melalui tahapan-tahapan berikut:

1. Perhitungan total akrual dilakukan berdasarkan pendekatan arus kas:

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

2. Perhitungan total akrual menggunakan metode OLS (*Ordinary Least Squares*):

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

3. Perhitungan *nondiscretionary accruals* (NDAC):

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

4. Perhitungan *discretionary accruals* (DA):

$$DA_{it} = \frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it}= Total akrual perusahaan *i* pada tahun *t*

NI_{it}= Laba bersih setelah pajak perusahaan *i* pada tahun *t*

CFO_{it}= Arus kas yang berasal dari aktivitas operasi perusahaan *i* pada tahun *t*

TA_{it-1}= Total aset yang dimiliki perusahaan *i* pada akhir periode tahun *t-1*

ΔREV_{it}= Perubahan total pendapatan perusahaan pada tahun *t*

ΔREC_{it}= Perubahan total piutang bersih perusahaan pada tahun *t*

PPE_{it}= Nilai *Property, Plant, and Equipment* atau asset tetap yang dimiliki perusahaan *i* pada tahun *t*

NDA_{it}= *Nondiscretionary accruals* perusahaan *i* pada tahun *t*

DA= *Discretionary accruals*

Corporate Social Responsibility (CSR)

Dedikasi entitas terhadap pelaksanaan tanggung jawab sosial serta lingkungan tercermin dalam CSR, diwujudkan melalui berbagai program pemberdayaan masyarakat serta upaya pelestarian lingkungan, (Putri & Yanti, 2022). Implementasinya perlu diselaraskan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan dan tidak semata-mata dijadikan sebagai alat promosi, (Adnyana *et al.*, 2024). Penerapan dan pengungkapan CSR berpotensi meningkatkan persepsi positif investor serta memperkuat posisi daya saing perusahaan, sehingga turut mendukung perbaikan kinerja perusahaan, (Wiandani, 2024). *Standar Global Reporting Initiative (GRI) 2021* digunakan sebagai acuan dalam pengungkapan CSR. Tahapan yang digunakan untuk menghitung nilai CSR dijelaskan sebagai berikut:

$$CSRDI_i = \frac{\sum XY_i}{n_i}$$

Keterangan:

CSRDI_i = Indeks *Corporate Social Responsibility Index* perusahaan *y*.

ΣXY_i = *Dummy variable*, apabila item diungkapkan bernilai 1 dan 0 apabila tidak diungkapkan

n_i = Jumlah keseluruhan item pengungkapan untuk perusahaan *y*

Ukuran Perusahaan

Penilaian terhadap skala perusahaan dapat dilakukan melalui ukuran perusahaan yang digunakan untuk merepresentasikan skala suatu entitas bisnis, yang diukur menggunakan total aset atau laba yang dimiliki, (Devi & Aisyah, 2025). Perusahaan dengan jumlah aset atau tingkat penjualan yang tinggi cenderung diklasifikasikan sebagai perusahaan berskala besar. Umumnya, perusahaan berukuran besar mampu mengelola asetnya dengan lebih efektif serta lebih mudah mendapatkan kepercayaan dari investor maupun kreditur dalam memperoleh pendanaan, (Nurhasanah & Chamalinda, 2025).

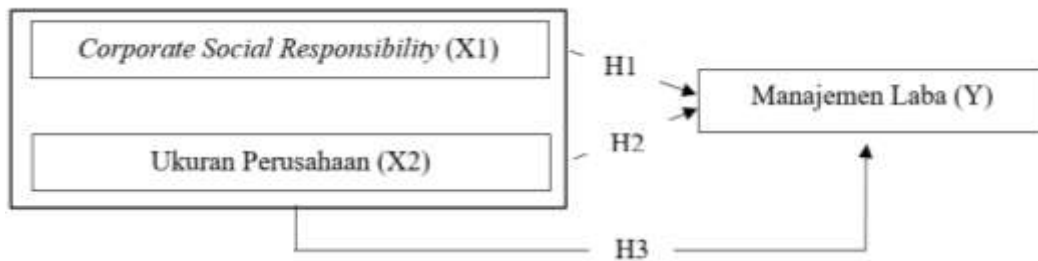
$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln(\text{Total Aset})$$

Keterangan:

Ln= Logaritma Natural

Kerangka Konseptual

Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dijelaskan melalui kerangka konseptual yang menggambarkan bahwa pengaruh CSR (X1) dan Ukuran Perusahaan (X2) diasumsikan mempengaruhi Manajemen Laba (Y). CSR diproyeksikan dapat menekan kecenderungan perusahaan melakukan manajemen laba melalui peningkatan transparansi. Sementara itu, ukuran perusahaan diperkirakan turut memengaruhi praktik tersebut, mengingat perusahaan besar umumnya mendapat pengawasan yang lebih intensif. Kedua variabel independen tersebut selanjutnya diuji melalui hipotesis H1, H2, dan H3 yang difokuskan pada manajemen laba.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

Hipotesis Penelitian

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Manajemen Laba

Pelaksanaan aktivitas tanggung jawab sosial berperan dalam memperkuat reputasi perusahaan, sehingga menciptakan nilai tambah sekaligus manfaat ekonomi bagi organisasi. Apabila perusahaan menjalankan program CSR dan mengungkapkannya secara terbuka dalam laporan tahunan, tingkat transparansi informasi akan meningkat, yang pada gilirannya mendorong penyajian laporan keuangan yang lebih berkualitas, (Sihotang & Budiwitjaksono, 2023). Berdasarkan teori legitimasi, pengungkapan CSR dilakukan perusahaan guna memperoleh dukungan masyarakat serta menjaga keberlanjutan usahanya, (Anisah *et al.*, 2025). Transparansi dalam pelaporan CSR berpotensi membatasi peluang terjadinya manajemen laba, (Yani *et al.*, 2024). Temuan ini memperkuat hasil penelitian Ayem & Agatha, (2022) & Yunan, (2023) membuktikan bahwa CSR berkaitan dengan praktik manajemen laba dan memberikan pengaruh yang signifikan terhadapnya.

H1: Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Peningkatan ukuran perusahaan cenderung diikuti oleh meningkatnya kompleksitas kegiatan operasional serta cakupan jaringan bisnisnya. Kondisi tersebut, berpotensi mendorong manajemen melakukan rekayasa dalam pelaporan keuangan, karena mekanismenya menjadikan pengawasan semakin menantang dan potensi manipulasi lebih mudah tersamarkan dalam struktur organisasi yang besar dan kompleks, (Ishmah & Permatasari, 2025). Sesuai dengan teori keagenan, peningkatan skala perusahaan berkaitan dengan kenaikan biaya keagenan, yang pada gilirannya dapat mendorong manajemen untuk mengambil tindakan tersebut, (Amiliyana & Rahayu, 2024). Hasil yang diperoleh dalam penelitian ini serupa dengan analisis Puspita *et al.*, (2025) & Mariana Jehadut & Mujiyono, (2025) bahwa praktik manajemen laba memengaruhi ukuran perusahaan secara signifikan.

H2: Pengungkapan Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

CSR dan Ukuran Perusahaan memengaruhi perilaku manajemen dalam dalam pelaporan keuangan. Tingginya pengungkapan CSR dapat memperkuat legitimasi dan berpotensi dimanfaatkan untuk menutupi manajemen laba, sementara perusahaan besar dengan tekanan kinerja dan fleksibilitas akuntansi yang lebih tinggi memiliki peluang lebih besar melaksanakan manajemen laba. Berdasarkan Teori Legitimasi, pengungkapan CSR dilakukan untuk memperoleh dan mempertahankan penerimaan masyarakat, yang pada kondisi tertentu dapat digunakan untuk menutupi manajemen laba. Selain itu, menurut Teori Keagenan, perusahaan dengan ukuran besar menghadapi tekanan kinerja dan konflik kepentingan yang lebih tinggi, disertai ruang fleksibilitas akuntansi yang lebih besar, sehingga berpotensi meningkatkan praktik manajemen laba. Dengan demikian, CSR dan ukuran perusahaan menjadi determinan penting dalam menjelaskan perilaku manajemen laba.

H3: *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

2. Metode Penelitian

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif diterapkan dengan menggunakan data numerik yang tersusun sebagai *time series* dari sumber data sekunder periode 2022–2024, sumber data tersebut terdiri atas laporan keuangan serta laporan keberlanjutan perusahaan sektor barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Data tersebut dianalisis untuk menilai pengaruh variabel independen, *Corporate Social Responsibility* (CSR) (X1) dan Ukuran Perusahaan (X2), terhadap variabel dependen, yakni Manajemen Laba (Y).

Populasi dan Sampel

Seluruh perusahaan sektor barang konsumsi yang tercatat di Bursa Efek Indonesia selama 2022–2024 menjadi populasi penelitian ini. Pemilihan sektor dilakukan karena memiliki aktivitas operasional yang tinggi serta melakukan interaksi langsung dengan masyarakat, sehingga dianggap relevan untuk mengkaji CSR, ukuran perusahaan serta praktik manajemen laba. Teknik purposive sampling diimplementasikan dalam penelitian ini untuk menentukan sampel berdasarkan standar yang relevan dengan tujuan penelitian.

Tabel 2. Kriteria Sampel Penelitian

No	Kriteria Sampel	Jumlah Perusahaan
1	Perusahaan Sektor Barang Konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2022.	113
2	Perusahaan yang laporan keuangannya tidak dipublikasikan pada periode 2022-2024.	(7)
3	Perusahaan yang laporan keuangannya tidak dipublikasikan dalam mata uang rupiah pada periode 2022-2024.	(3)
4	Perusahaan yang laporan keberlanjutannya tidak dipublikasikan pada periode 2022-2024.	(41)
5	Perusahaan yang tidak menerapkan indeks GRI.	(23)
Jumlah Sampel Penelitian		39
Tahun Penelitian		3
Jumlah Data Penelitian		117

Teknik Pengumpulan Data dan Sumber Data

Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data penelitian yang bersumber dari data sekunder berupa laporan tahunan serta laporan keberlanjutan perusahaan sektor barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama 2022-2024. Sumber data penelitian berasal dari situs resmi Bursa Efek Indonesia serta perusahaan terkait. Data sekunder tersebut digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan, terpercaya dan dapat diverifikasi yang selanjutnya mendukung analisis penelitian.

Teknik Analisis Data

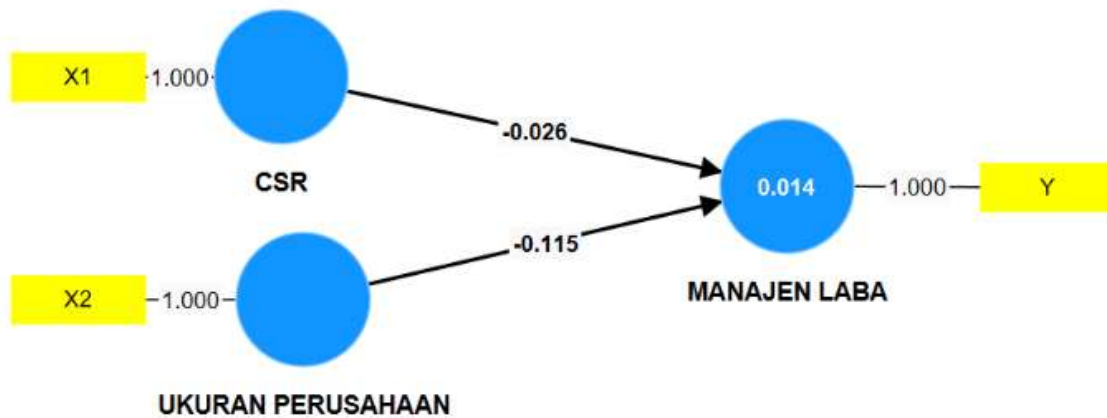
Analisis data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan metode Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) yang bertujuan untuk menguji hubungan antar variabel secara simultan serta mengevaluasi model penelitian secara komprehensif. Metode ini dipilih karena mampu mengakomodasi ukuran sampel yang relatif kecil serta tidak menuntut asumsi distribusi data yang ketat. Proses analisis dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS versi 4.0, yang digunakan untuk mengevaluasi model pengukuran (*outer model*) dan model struktural (*inner model*).

Evaluasi *inner model* dilakukan untuk melihat kekuatan hubungan antar variabel laten melalui nilai koefisien jalur (*path coefficient*) serta nilai R-square, sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai *t-statistic* dan *p-values* melalui prosedur bootstrapping. Dengan pendekatan ini, hasil analisis diharapkan mampu memberikan gambaran yang akurat mengenai pengaruh sosialisasi terhadap peningkatan pengetahuan dan sikap siswa terkait pencegahan penyalahgunaan narkoba.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil

Penelitian ini memakai PLS-SEM dengan menggunakan perangkat lunak SmartPLS 4 untuk menganalisis bagaimana CSR dan ukuran perusahaan dalam memengaruhi praktik manajemen laba. Model struktural dibangun guna menelaah pengaruh antar variabel penelitian.



Gambar 2. Model Penelitian
 Sumber: Data diolah (2026)

Meningat seluruh variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan satu indikator, maka pengujian terhadap model pengukuran (*outer model*), seperti uji validitas konvergen, validitas diskriminan, serta reliabilitas tidak dapat dilaksanakan. Dengan demikian, fokus analisis sepenuhnya diarahkan pada model struktural (*inner model*).

Evaluasi Model Struktural (*Inner Model*)

R-Square (R²)

Tabel 3. Uji R-Square

	R-Square (R ²)	R-Square Adjusted
Manajemen Laba	0.014	-0.004

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 3, memperlihatkan R^2 bernilai 0,014, yang mengindikasikan bahwa CSR dan Ukuran Perusahaan secara simultan berkontribusi menjelaskan 1,4% terhadap variasi Manajemen Laba, sementara sebagian besar, yakni 98,6% variasi lainnya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak tercakup dalam model penelitian.

Uji Hipotesis

Tabel 4. Uji Hipotesis

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics ((O/STDEV))	P values
CSR -> Manajemen Laba	0.024	0.023	0.072	0.332	0.740
Ukuran perusahaan -> Manajemen Laba	-0.124	-0.118	0.112	1.110	0.267

Sumber: Data diolah (2026)

Berdasarkan tabel 4, CSR memperoleh original sample 0,024, sample mean 0,023, serta standard deviation 0,072. Nilai T-statistik tercatat 0,332 ($<1,96$) dengan P value 0,740 ($>0,05$), sehingga hipotesis 1 ditolak. Selanjutnya, Ukuran Perusahaan sebesar -0,124, sample mean -0,118 dan standard deviation 0,112. Nilai T-statistik tercatat 1.110 ($<1,96$) dengan P value 0,267 ($>0,05$), sehingga hipotesis 2 juga ditolak.

Pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap Manajemen Laba

Dilihat dari hasil penelitian, CSR diukur berdasarkan standar GRI 2021 tidak memengaruhi Manajemen Laba, maka H1 ditolak. Ini berarti bahwa tingkat pengungkapan CSR tidak terkait dengan perilaku manajemen laba perusahaan. Dalam konteks ini, CSR lebih berfungsi sebagai sarana untuk mematuhi peraturan dan membangun citra positif, daripada sebagai instrumen untuk mengendalikan atau memengaruhi praktik manajemen laba. Selain itu, penggunaan standar GRI 2021 yang belum sepenuhnya bersifat wajib mengakibatkan adanya variasi dalam tingkat dan kualitas pengungkapan antarperusahaan, baik dari segi jumlah indikator yang disajikan, kedalaman informasi, maupun konsistensi pelaporannya, (Pangesti *et al.*, 2025).

Berdasarkan Teori Keagenan, CSR tidak dimanfaatkan sebagai sarana untuk mereduksi konflik kepentingan maupun untuk melakukan manipulasi laba. Sementara itu, Teori Legitimasi menegaskan bahwa pengungkapan CSR diarahkan untuk mempertahankan legitimasi perusahaan di hadapan para pemangku kepentingan, bukan untuk memengaruhi tingkat laba. Melihat dari hasil analisis yang diperoleh, hal ini sesuai dengan hasil penelitian Afrilyani *et al.*, (2024) dan Sianny & Herawaty, (2024) mengindikasikan bahwa CSR tidak memengaruhi manajemen laba perusahaan.

Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Dilihat dari hasil penelitian, Ukuran Perusahaan tidak memengaruhi Manajemen Laba, maka H2 ditolak. Tingkat skala perusahaan tidak berdampak pada pelaksanaan manajemen laba, terutama dikarenakan mayoritas sampel yang diteliti adalah perusahaan kecil hingga menengah dengan operasi yang relatif sederhana dan ruang regulasi akuntansi yang terbatas, (Manik *et al.*, 2026).

Berdasarkan Teori Keagenan, struktur organisasi yang lebih sederhana dan mekanisme pengawasan yang relatif langsung pada perusahaan berukuran kecil dapat meminimalkan konflik kepentingan antara manajer dan pemilik.

Selain itu, berdasarkan Teori Legitimasi, perusahaan berskala kecil cenderung tidak menjadi sorotan utama publik serta menghadapi tekanan pemangku kepentingan yang lebih rendah, sehingga dorongan untuk manipulasi laba menjadi tidak signifikan. Melihat dari hasil penelitian, hal ini didukung dengan penelitian Pratama *et al.*, (2025) dan Aryanti & As'ari, (2023) mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba tidak dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) dan ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan pengujian simultan, CSR dan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba. Dengan kata lain, kombinasi kedua variabel tersebut tidak memengaruhi praktik manajemen laba pada perusahaan sampel penelitian.

Berdasarkan Teori Keagenan, meskipun CSR dan ukuran perusahaan secara konseptual dapat dimanfaatkan untuk mereduksi konflik kepentingan atau memanfaatkan kompleksitas manajerial, penelitian ini mengindikasikan bahwa keduanya tidak digunakan sebagai instrumen dalam pengelolaan laba. Sementara itu, menurut Teori Legitimasi, pengungkapan CSR dan besarnya skala perusahaan lebih diarahkan pada upaya menjaga legitimasi serta mempertahankan kepercayaan pemangku kepentingan, bukan untuk memengaruhi tingkat laba. Temuan ini menunjukkan bahwa gabungan antara transparansi melalui CSR dan Ukuran Perusahaan tidak cukup efektif untuk memengaruhi perilaku manajerial dalam mengelola laba. Variabel lain, seperti kualitas tata kelola perusahaan, struktur kepemilikan, insentif manajerial, serta tekanan pasar, diduga memiliki peranan yang lebih besar dalam menentukan praktik manajemen laba, (Wulandari & Putri, 2024).

4. Kesimpulan

Hasil analisis data mengungkap bahwa CSR dan Ukuran Perusahaan tidak memengaruhi Manajemen Laba. Kondisi ini menegaskan bahwa pengungkapan CSR lebih dimaksudkan untuk pemenuhan kewajiban pelaporan formal dibandingkan sebagai implementasi substantif yang berkaitan dengan praktik manajemen laba. Sedangkan, besarnya skala perusahaan tidak secara langsung menentukan terjadinya praktik manajemen laba. Temuan ini menegaskan bahwa kedua variabel tersebut lebih diarahkan pada upaya menjaga legitimasi serta membangun kepercayaan para pemangku kepentingan, bukan untuk memengaruhi tingkat laba. Dengan demikian, kemungkinan terdapat faktor lain yang lebih berperan dalam praktik manajemen laba dalam perusahaan yang diteliti. Secara teoretis, temuan penelitian memperkuat relevansi terhadap Teori Keagenan dan Teori Legitimasi dalam perusahaan sektor barang konsumsi. Analisis ini mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba di sektor ini tidak tergantung dengan skala perusahaan maupun tingkat pengungkapan CSR. Karakteristik sektor barang konsumsi dan jasa yang ditandai dengan aktivitas operasional yang relatif sederhana serta siklus bisnis yang berlangsung cepat menyebabkan ruang yang terbatas bagi manajemen dalam mengatur kebijakan akuntansi. Di samping itu, pengungkapan CSR lebih berperan sebagai mekanisme untuk mempertahankan legitimasi dan membangun kepercayaan pemangku kepentingan, bukan sebagai instrumen untuk memengaruhi laba yang dilaporkan. Kemudian jika dilihat dari sisi praktis, hasil penelitian ini membantu investor serta para pemangku kepentingan bahwa ukuran perusahaan serta tingkat pengungkapan CSR belum dapat dijadikan indikator utama untuk mengidentifikasi adanya praktik manajemen laba pada perusahaan sektor barang konsumsi. Hasil ini juga mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR di sektor tersebut masih lebih difokuskan pada pemenuhan tanggung jawab sosial serta pembentukan citra perusahaan. Dengan demikian, pengguna laporan keuangan perlu mempertimbangkan faktor lain dalam mengevaluasi kualitas laba. Di sisi lain, manajemen diharapkan dapat meningkatkan substansi pengungkapan CSR agar tidak semata-mata bersifat administratif.

Referensi

1. Adnyana, I. W. P., Adiputra, I. M. P., & Musmini, L. S. (2024). Pengaruh Green Accounting, Profitabilitas dan Corporate Social Responsibility terhadap Sustainable Development Goals dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(2), 288–301. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v12i2.86997>
2. Adyastuti, N. A., & Khafid, M. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Arus Kas Bebas, Leverage, dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba. *Kompak :Jurnal Ilmiah Komputerisasi Akuntansi*, 6(2), 2071–2084.
3. Agustina, H., Hamiyah, S., & Soelistya, D. (2022). Pengaruh Tax Planning, Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan dan Umur Perusahaan terhadap Manajemen Laba Studi Pada Perusahaan Manufaktur di BEI Tahun 2016-2020). *Jurnal Sustainable*, 01(1), 84–103.
4. Akbar Alzi Anugrah 1*, I. 2, & 1*, 2. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Penghindaran Pajak Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(1), 2479–2488.
5. Amiliyana, N., & Rahayu, S. (2024). Pengaruh Leverage, Kebijakan Dividen Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Ekonomika*, 15(01), 1–25. <https://doi.org/10.35334/jek.v0i0.4396>
6. Anggraeni, F., Ferli Pebrianti, & Yaya Nuralfaiza. (2024). Literature Riview: Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Perusahaan Manufaktur). *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 1(3), 684–691. <https://doi.org/10.59407/jmie.v1i3.709>
7. Anisah, Septiawati, R., & Puspitasari, M. (2025). Pengaruh Green Accounting, CSR, dan Inovasi Berkelanjutan terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur Sektor Energi Periode 2019–2023. 10(1), 23–42.
8. Aryanti, D., & As'ari, H. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif yang Terdaftar di BEI Tahun 2017–2020. 02(01), 103–112.
9. Aulia, W. R., & Haninun. (2023). Pengaruh Tax Planning, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. *Sinomika Journal / Volume*, 15(2), 1–7. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>
10. Beatrix Sabtini Simanungkalit, Jessica A C Lumbanbatu, Alfin Dody Pangestu Siregar, Mesrawati, A. A. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas, dan Arus Kas Bebas terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di Sektor Industri yang Tercatat di BEI Selama Periode 2020–2023. 193–205.
11. Bora, S. A., & Ulfah Setia Iswara. (2023). Peran Kepemilikan Manajerial dalam Memoderasi Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Akuntan Publik*, 1(2), 56–69. <https://doi.org/10.59581/jap-widyakarya.v1i2.353>
12. Devi, E. M., & Aisyah, N. (2025). Dinamika Profitabilitas , Likuiditas , Dan Ukuran Perspektif Manajemen Laba. 18(1).
13. Fadchulis Sholichah, A. K. (2022). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Profitabilitas dan Kepemilikan Manajerial terhadap Manajemen Laba.. 51(1), 2022. <https://doi.org/10.20935/AL189%>
14. Fadillah, I. N. (2022). Pengaruh Tax Planning Dan Csr Terhadap Manajemen Laba. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, 1(2), 88–96. <https://doi.org/10.59188/jcs.v1i2.16>
15. Ishmah, N. F., & Permatasari, D. (2025). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Kebijakan Dividen terhadap Manajemen. 195–217.
16. Larasati, R. A., & Hersugondo. (2024). Peran Moderasi Manajemen Laba Pada Pengaruh Corporate Social Responsibility (Csr) Terhadap Kinerja Perusahaan. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 8(2), 341–354. <https://doi.org/10.24912/jmie.v8i2.30096>
17. Madrawan, gede rendy, & Yudiantara, gede agus pertama. (2022). Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kepemilikan manajerial terhadap struktur modal pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI 2018 æ“2020. *Skripsi-2022*, 13(2), 125–137.

- http://repository.trisakti.ac.id/usaktiana/index.php/home/detail/detail_koleksi/0/SKR/judul/0000000000000108527/
18. Manurung, D. S., & Trisnawati, E. (2025). Pengaruh Tatakelola, Leverage dan Ukuran Perusahaan. *5*(1), 204–219.
 19. Mariana Jehadut, & Mujiyono. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2021-2023). *Journal Of Social Science Research Volume*, *5*(2), 6786–6801. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1237>
 20. Nurdiana, D., Yessie, A., Suropto, Ayudia, R., & Nurhasanah. (2025). Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode Tahun 2017-2022. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Perpajakan Dan Tata Kelola Perusahaan*, *2*(4), 1033–1048. <https://doi.org/10.70248/jakpt.v2i4.2221>
 21. Nurhasanah, I., & Chamalinda, K. N. L. (2025). Analisis Pengaruh Manajemen Laba, Struktur Modal, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman. *Journal of Management, Accounting, and Administration*, *1*(4), 242–257. <https://doi.org/10.52620/jomaa.v1i4.120>
 22. Oktavia, N. D., & Rafli, R. (2025). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, Free Cash Flow, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2024). *Jurnal Akuntansi Keuangan Dan Perpajakan*, *2*(1), 131131–131145.
 23. Pratama, I. M., Gusfianti, M., & Amaluis, D. (2025). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Kualitas Audit, dan Profitabilitas terhadap Manajemen Laba pada Sektor Financial yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019–2024 (Studi Kasus Perusahaan Perbankan). *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonom*, *09*, 1–15.
 24. Pratiwi, D., Livianti, S., Sunjaya, F., & Saputra, W. S. (2023). Manajemen Laba pada Perusahaan Sektor Makanan dan Minuman. *7*(2), 255–263.
 25. Puspita, E., Ruwanti, G., Asyikin, J., & Boedi, S. (2025). Pengaruh Financial Distress, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Terhadap Manajemen Laba dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Sektor Ritel yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2021-2023. *AKSIOMA : Jurnal Sains Ekonomi Dan Edukasi*, *2*(9), 2245–2264. <https://doi.org/10.62335/aksioma.v2i9.1780>
 26. Putri, Y. A., & Yanti, H. B. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Kompensasi Manajemen, Intensitas Modal, Financial Distress Terhadap Tax Avoidance. *Jurnal Ekonomi Trisakti*, *2*(2), 487–500.
 27. Retnoningsih, S., Astuti, W. B., Mahanani, S., & Alfiyah, M. (2024). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR), Good Corporate Governance (GCG), Manajemen Kompensasi, dan Manajemen Laba Terhadap Pengindaran Pajak. *Owner*, *8*(2), 1367–1373. <https://doi.org/10.33395/owner.v8i2.2021>
 28. Ria Afrilyani, Ria Karina, dan M. (2024) Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Penghindaran Pajak dan Manajemen Laba. *Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*, *06*(03), 1–103.
 29. RizkaYani, Yusrawati, & Abrar. (2024). Pengaruh CEO Tenur, Rapat Dewan Direksi, dan Earning terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Transportasi dan Logistik yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2019–2021). *3*(1), 61–76.
 30. Salsabilla Annisa Massubagiyo, & Widyawati, D. (2023). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *BALANCA : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, *5*(2), 63–73. <https://doi.org/10.35905/balanca.v5i2.5318>
 31. Sari, D. F., Hariyanto, E., Wahyuni, S., & Dirgantari, N. (2023). Effectiveness of Size, Liquidity, Leverage, and Growth on CSR Disclosure Moderating Role by Profitability in Indonesian Stock Exchange (IDX). *JURNAL AKUNTANSI DAN BISNIS : Jurnal Program Studi Akuntansi*, *9*(1), 66–79. <https://doi.org/10.31289/jab.v9i1.8642>
 32. Sianny, S., & Herawaty, V. (2024). Peran Kualitas Audit dalam Mengawasi Pengaruh Struktur Kepemilikan, Corporate Social Responsibility dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. *Syntax Literate ; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *9*(10), 5258–

5270. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v9i10.16682>
33. Sihotang, M., & Budiwitjaksono, G. S. (2023). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 22–38. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3833>
 34. Sijabat, E. M., Putri, A., & Efendi, D. (2025). Pengaruh Profitabilitas, Solvabilitas Dan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bei) Tahun 2020-2022. *Jurnal Ilmu Ekonoi Dan Bisnis*.
 35. Siti Wulan Astriah, Rizky Trinanda Akhbar, Erma Apriyanti, D. S. T. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Manajemen Laba. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 10(5), 7544–7554. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i5.9094>
 36. Sri Ayem dan Anastasia Agatha2. (2022). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Ukuran Perusahaan, dan Kualitas Audit terhadap Manajemen Laba. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(5), 1306–1320. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i5.1117>
 37. Susilo, D. E., Chasanah, I. N., & Hasan, I. (2025). Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas, Beban Pajak Tanggungan Terhadap Manajemen Laba. *Owner*, 9(2), 1201–1211. <https://doi.org/10.33395/owner.v9i2.2607>
 38. Tombe, Kumalasari, & Triani. (2025). Efek Umur, Ukuran Perusahaan, Likuiditas, serta Profitabilitas pada Manajemen Laba pada Perusahaan Pertambangan di BEI (2020-2023). *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 5, 1608–1628.
 39. Wati, S. K., Junaidi, & Hidayati, I. (2025). *Pengaruh Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba dan Profitabilitas Terhadap Agresivitas Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI)*. 14(01), 853–865.
 40. Wiandani, H. D. (2024). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Pada Perusahaan Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2020-2022). *Jusapak*, 1(1), 53–63.
 41. Yunan, A. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Csr, Dan Gcg Terhadap Manajemen Laba. *Jurnal Literasi Akuntansi*, 3(4), 203–215. <https://doi.org/10.55587/jla.v3i4.108>