

**ANALISIS PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY,
DAN EARNINGS MANAGEMENT TERHADAP PERFORMA
KINERJA PERUSAHAAN DENGAN UKURAN PERUSAHAAN
SEBAGAI VARIABEL MODERASI
(Studi Empiris pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019)**

Annisa Aulia Rahma, Imam Ghozali¹

Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

The purpose of this research is to examine the effect of the relationship between corporate social responsibility, earnings management, and firm performance, and the impact of firm size on the association between corporate social responsibility, earnings management, and firm performance in the fast-moving consumer goods industry. The variables used in this research are corporate social responsibility and earnings management as independent variables as well as firm performance as the dependent variables. Furthermore, this research will use firm size as moderating variable.

The samples of this research are fast-moving consumer goods companies listed on the Indonesian Stock Exchange from 2017 to 2019 with total sample is 135 samples. The data used in this research is secondary data which was obtained through the purposive sampling method. The analytical technique used for examining the hypothesis is through multiple linear regressions. The result of this research shows that CSR has a positive impact on firm performance. Earnings management has a negative significant effect on firm performance. The firm size managed to moderate and provide a significantly positive effect to strengthen the relations between CSR and firm performance. Meanwhile, the firm size is also able to moderate, giving the effect of strengthening the relationship of earnings management to the firm's performance.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Earnings Management, Firm Performance, Firm Size.

PENDAHULUAN

Industri barang konsumsi ialah sektor industri yang tumbuh cukup pesat di Indonesia dengan skala operasi komersial sangat besar. Aktivitas bisnis yang ada di perusahaan sektor industri barang konsumsi akan memiliki dampak terhadap lingkungan dan sosial. Sehingga berakibat pada konsep tanggung jawab sosial perusahaan atau *corporate social responsibility* (CSR) yang semakin dapat perhatian dekade terakhir. CSR merupakan tanggung jawab moral perusahaan pada seluruh pemangku kepentingan, utamanya pada komunitas atau masyarakat yang berada di lingkungan beroperasinya perusahaan.

Perusahaan melakukan aktivitas bisnis tidak hanya berorientasi pada pencapaian profit semata (Safira & Saifi, 2019). Tidak dapat dipungkiri memaksimalkan laba merupakan salah satu tujuan perusahaan. Namun demikian, perusahaan tidak dibenarkan mengejar keuntungan tersebut dengan mengorbankan kepentingan orang lain, termasuk pemangku kepentingan (*stakeholders*). Setiap perusahaan memikul tanggung jawab atas perilaku dan keputusan pasar yang berdampak pada pemangku kepentingan dan di lingkungan perusahaan beroperasi, secara langsung dan juga tidak langsung. Keuntungan perusahaan tidak hanya dihitung dalam bentuk uang, adanya kehadiran

¹ Corresponding author

keuntungan sosial juga harus dipertimbangkan. Manfaat sosial dan lingkungan ini, seiring waktu, akan dapat memainkan peran penting pada kelangsungan perusahaan jangka panjang.

Kegiatan operasional perusahaan seyogyanya dapat memberikan kontribusi secara positif bagi masyarakat dan lingkungan yang dilaporkan kedalam laporan keuangan menjadi laporan tanggung jawab sosial atau corporate social responsibility (Sari, 2012). Adanya minat yang tumbuh di antara para manajer mengenai konsekuensi CSR, terutama untuk eksekutif di perusahaan multinasional dan multidivisi. Para pemimpin perusahaan menyadari fakta bahwa norma standar bisnis, kerangka peraturan, dan permintaan pemangku kepentingan untuk CSR dapat sangat bervariasi di seluruh negara, wilayah, dan lini bisnis (McWilliams *et al.*, 2006). CSR merupakan bentuk tanggung jawab perusahaan yang juga telah disadari, pelaporan kegiatan CSR juga sebenarnya telah diwajibkan di beberapa negara, namun hingga kini pelaksanaannya dan pelaporannya masih bersifat sukarela di hampir seluruh negara. Di Indonesia, pengungkapan CSR perusahaan yang memiliki usaha berfokus pada sumber daya alam telah disyaratkan sejak tahun 2007. Hal ini diatur pada pasal 74 UU No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyebutkan bahwasanya perusahaan yang memanfaatkan sumber daya alam sebagai kegiatan bisnis utama wajib melaksanakan tanggung jawab lingkungan dan sosial. Pengungkapan kegiatan Corporate Social Responsibility perusahaan harus dilaporkan di laporan tahunan perusahaan (Sari, 2012).

CSR pada perusahaan didasari oleh teori legitimasi, teori ini memberikan penjelasan sebuah perusahaan akan terus melakukan upaya untuk menjamin operasi yang dilakukan perusahaan tersebut telah sesuai dengan nilai dan aturan yang ditetapkan di masyarakat setempat atau di lingkungan sekitar lokasi berdirinya perusahaan, pada dasarnya hal ini dilakukan guna memastikan bahwa perusahaan telah diterima secara sah dalam melakukan kegiatan operasionalnya (Deegan, 2002). CSR merupakan manajemen model alternatif, yang digunakan untuk perusahaan. CSR telah menggambarkan perusahaan sebagai bentuk hubungan, antara pemilik, manajer, dan juga dengan pemangku kepentingan atau kelompok lainnya (seperti karyawan, klien, pemasok) yang telah terlibat dalam pengembangan perusahaan. Menurut Sial *et al.*, (2018) perusahaan yang berkinerja lebih baik melakukan investasi dalam kegiatan CSR dan praktik ini membangun reputasi perusahaan yang bertanggung jawab. Sebaliknya, bisnis mungkin menyarankan kinerja CSR yang lebih baik tanpa adanya tindakan nyata yang memengaruhi aktivitas CSR, yang disebut sebagai CSR simbolik.

Terdapat faktor lain termasuk faktor internal perusahaan seperti manajemen laba, serta ukuran perusahaan yang juga mempunyai pengaruh signifikan pada performa kinerja perusahaan. Informasi penting dan fundamental yang dijelaskan oleh pelaporan keuangan perusahaan salah satunya adalah pendapatan perusahaan karena pendapatan perusahaan dapat menentukan masa depan perusahaan. Apabila manajemen perusahaan memasukkan kebijakan dan pertimbangannya dalam memutuskan laba perusahaan, hal itu dapat mengakibatkan timbulnya pengelabuhan atau manajemen dalam laba, yang dijelaskan sebagai manajemen laba. Praktik manajemen laba sangat mempengaruhi tingkatan kualitas laba (Lo, 2008). Manajemen laba adalah metode penyampaian laba dengan tujuan untuk mengoptimalkan utilitas manajemen dan/atau menaikkan penilaian pasar dengan memilih manajemen dan kebijakan akuntansi (Scott, 2006). Manajemen laba dikelompokkan menjadi 2, dengan perhitungan akrual atau riil tergantung pada sifat manipulasi. Manipulasi akrual mencakup pergeseran waktu pengakuan biaya serta pendapatan antara periode seperti memenuhi ambang batas penghasilan dengan menunda pengakuan biaya dan meningkatkan pengakuan pendapatan. Manipulasi yang juga dapat dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara mengurangi serta menunda adanya pengeluaran litbang atau dengan cara lain seperti pengurangan pada biaya iklan serta pemeliharaan, manipulasi dari aktivitas nyata yang dilakukan pada pengeluaran-pengeluaran tersebut merupakan pengurangan pengeluaran diskresioner (Sial *et al.*, 2018). Perilaku manajemen laba tentu saja dapat mengakibatkan konsekuensi pada perusahaan. Apabila investor mulai tidak percaya terhadap manajemen, maka hal ini dapat berpotensi menghilangkan dukungan terhadap manajemen sehingga nantinya akan meningkatkan pengawasan kinerja perusahaan (Zahra *et al.*, 2005). Kualitas yang terdapat pada laporan keuangan sering kali diragukan dewasa ini, fenomena tersebut terjadi karena ada peningkatan pencarian informasi yang dilakukan oleh pengguna laporan keuangan yang mengakibatkan terjadinya manajemen laba, hal ini disebabkan oleh penyajian laba yang tidak menggambarkan fakta yang benar mengenai kondisi dari perusahaan. Di Indonesia sendiri, telah muncul beberapa kasus skandal earnings management yang telah banyak dilaporkan, bermula dari terungkapnya manipulasi yang melibatkan kegiatan pelaporan keuangan atau *financial reporting* (Ross L. Watts & Zimmerman, 2009). Secara teori, besarnya

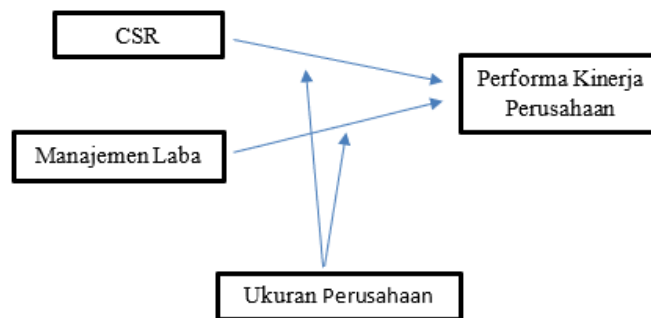
manajemen laba sebuah perusahaan dapat menghasilkan laporan keuangan yang baik ialah salah satu ukuran menilai hasil perusahaan. Bilamana perusahaan yang telah melakukan manajemen laba pada mengungkapkan pelaporan keuangan yang tidak sejalan dengan kinerja sebenarnya (Osma *et al.*, 2005; Price & Sun, 2017).

Studi ini menambahkan ukuran perusahaan yang berfungsi sebagai variabel moderasi yang mampu melemahkan atau menguatkan pengaruh antara CSR dan manajemen laba terhadap kinerja perusahaan. Indikator ukuran perusahaan (*Firm Size*) dipercaya mampu menjadi salah satu yang menunjukkan kemampuan finansial dan kinerja perusahaan. Untuk mengatasi praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan serta untuk mengembalikan kepercayaan pemakai laporan keuangan dengan adanya pengungkapan praktik CSR perusahaan, maka dibutuhkan pihak ketiga sebagai mediator. Pihak ketiga tersebut adalah adanya ukuran perusahaan yang akan dipandang oleh seluruh stakeholder perusahaan. Tujuan penambahan variabel moderasi dengan menggunakan ukuran perusahaan yang dilihat dari total aset perusahaan adalah untuk mengetahui peran ukuran perusahaan memoderasi pengaruh CSR dan earnings management terhadap performa kinerja perusahaan. Total aset digunakan sebagai pengukuran dari ukuran perusahaan karena total aset mampu menggambarkan skala perusahaan yang menunjukkan kekayaan dari perusahaan tersebut. Menurut (Alim & Assyifa, 2019) ukuran perusahaan menjelaskan tingkat banyaknya jumlah pengalaman dan kemampuan perusahaan terhadap proses pengelolaan risiko investasi dari *shareholders* yang memiliki tujuan guna meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para pemilik modal perusahaan. Apabila suatu perusahaan menyatakan ukuran perusahaan dengan menggunakan total asset, maka total aset perusahaan akan berbanding lurus dengan ukuran perusahaan. Penelitian ini menggunakan performa kinerja perusahaan sebagai variabel dependen, variabel independen yang dipilih ialah pengungkapan indeks CSR dan manajemen laba, serta menggunakan variabel moderasi yaitu ukuran perusahaan,

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pada bagian ini, akan dijelaskan hubungan antara variabel independen, variabel dependen, dan variabel mediasi melalui kerangka pemikiran sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Pengaruh CSR Terhadap Performa Kinerja Perusahaan

Penelitian ini menggunakan teori legitimasi yang dikembangkan, memungkinkan perusahaan memiliki nilai reputasi yang lebih tinggi, sehingga membantu perusahaan untuk meningkatkan efisiensi kinerja perusahaan. Sesuai teori legitimasi, apabila perusahaan melakukan kegiatan CSR sesuai norma yang berlaku di masyarakat sekitar, perusahaan dapat penilaian yang positif dari masyarakat yang dapat mempengaruhi kinerja perusahaan.

CSR memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan para stakeholder. Pengungkapan CSR merupakan suatu metode untuk menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para stakeholders. Melakukan kegiatan usaha, perusahaan diharapkan tidak hanya berfokus pada profit saja. Namun perusahaan juga harus menaruh perhatian terhadap tanggung jawab sosial khususnya di lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi. Hal tersebut karena adanya kemungkinan kegiatan dilakukan perusahaan dapat memberikan hasil langsung terhadap lingkungan sekitar. CSR telah mendapat perhatian selama tiga dekade terakhir dari akademisi dan bisnis (Margolis *et al.*, 2007; 2009;

Nakao *et al.*, 2007; Orlitzky *et al.*, 2003). Menurut McWilliams & Siegel, (2001), CSR difokuskan pada seluruh perspektif analisis biaya dan manfaat. Tujuannya adalah untuk menghindari timbulnya biaya tambahan yang akibatnya tidak menimbulkan laba, dan berdampak negatif terhadap kinerja perusahaan. Secara khusus, tujuan CSR, dari perspektif manajerial, adalah untuk mengurangi masalah keagenan. CSR digunakan sebagai sarana untuk menampung maksud perusahaan dengan tujuan sosial dan etika serta untuk menghindari gesekan kepentingan manajer, pemegang saham dan pemangku kepentingan lain.

Solomon & Lewis, (2002) mengemukakan, paradigma manajemen pemangku kepentingan strategis telah menjadi alat yang sangat berpengaruh dan bagaimana perusahaan berasosiasi dengan klien, pekerja, pemegang saham dan mitra lainnya merupakan sorotan yang sangat penting dari CSR. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial meningkatkan reputasi dan mengembangkan hubungan yang sangat baik dengan klien, pekerja, pemegang saham dan orang lain, yang secara langsung meningkatkan kinerja perusahaan (Chen & Wang, 2011; Turban & Greening, 1997). Berdasarkan analisis literatur sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diajukan penelitian ini ialah:

H1 : CSR berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa kinerja perusahaan

Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Performa Kinerja Perusahaan

Teori agensi menjelaskan setiap individu akan termotivasi kepentingan pribadi sehingga dapat mencetuskan masalah dan konflik yang nantinya akan terjadi diantara prinsipal dan agen. *Principal* merupakan pihak selaku pemilik modal memiliki tujuan untuk menyejahterakan dirinya sendiri dengan didasari pada tingkat keuntungan yang meningkat, sedangkan agen selaku manajemen ingin memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonominya. Hal tersebut yang dapat menjadi pemicu terjadinya manajemen laba. Tindakan manajemen laba ini tentunya akan berpengaruh terhadap performa kinerja keuangan, karena adanya motif manipulasi dilakukan oleh pihak manajemen terhadap laporan keuangan. Dimana laporan keuangan tersebut adalah representasi dari kinerja perusahaan itu sendiri.

Scott, (2006) mengartikan jika manajemen laba ialah sebuah cara dalam menyajikan profit yang memiliki tujuan untuk bisa memaksimalkan utilitas dari manajemen dan atau memberikan peningkatan pada nilai pada dengan jalan pengambilan set sebuah kebijakan pada prosedur akuntansi dari manajemen. Ada dua pola pemikiran untuk mengartikan manajemen laba oleh manajer dalam perusahaan: pertama, yang memiliki tujuan agar mampu memaksimalkan kesempatan dari manajemen (*opportunistic behavior*). Kedua, dengan tujuan menciptakan sebuah laba pada semua pihak yang terlibat pada perjanjian (*efficient contracting*). Penelitian yang dilakukan oleh Scott, (2006) terdapat motivasi didalam melaksanakan earnings management, yakni: motivasi dari adanya pemberian bonus, motivasi agar bisa membuat tercapainya ekspektasi dari investor, motivasi dari adanya perjanjian utang, dan motivasi adanya IPO (*Initial Public Offering*).

Earnings management dapat berdampak pada laba perusahaan, selanjutnya dapat berdampak pada hasil perusahaan. Hasil ini diperkuat oleh Gunny, (2005) dan Hastuti, (2005) yang memperlihatkan pengendalian laba (*earnings management*) berpengaruh terhadap hasil kinerja perusahaan. Berdasarkan analisis literatur sebelumnya, maka dari itu hipotesis kedua diajukan dalam penelitian sebagai berikut,

H2 : *Earnings management* berpengaruh positif secara signifikan terhadap performa kinerja perusahaan

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh CSR dan Performa Kinerja Perusahaan

CSR berperan penting dalam membangun hubungan dan juga kepercayaan *stakeholder*. Pengungkapan CSR merupakan suatu metode untuk menunjukkan tanggung jawab sosial perusahaan kepada para stakeholders. Melakukan kegiatan usaha, perusahaan harus menaruh perhatian terhadap tanggung jawab sosial khususnya di lingkungan tempat perusahaan tersebut beroperasi, tentunya dapat memberikan pengaruh bagi performa kinerja perusahaan. Berbagai research gap yang ada mengenai hubungan antara CSR dengan kinerja perusahaan mengindikasikan bahwa terdapat variabel lain yang ikut memoderasi pengaruh *corporate social responsibility* (CSR) pada kinerja perusahaan.

Ukuran perusahaan diindikasikan ikut berperan sebagai variabel moderating yang ikut memoderasi pengaruh CSR dan kinerja keuangan perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan ialah sebuah bentuk investasi dari tanggung jawab dan kewajiban untuk adanya pelaporan kinerja, sumber daya

yang sudah dipakai dan aktivitas, yang dilakukan dan dicapai oleh perusahaan. Perusahaan mampu memberikan penilaian apakah tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan dan telah tercapai bisa dikatakan bukanlah sesuatu yang semudah itu dilaksanakan. Semua itu dikarenakan berkaitan dengan aspek-aspek dari sebuah manajemen yang tidak bisa dikatakan sedikit adanya. Terdapat berbagai macam indikator ada untuk menilai bagaimana kinerja perusahaan untuk menjadi sebuah alat ukur dalam melihat keberhasilan perusahaan. Jika dilihat secara umum dilihat bahwa kinerja perusahaan memiliki titik fokus pada seluruh informasi yang bersumber dari sebuah laporan keuangan. Laporan keuangan biasanya merepresentasikan kinerja sebuah perusahaan. Penelitian sebelumnya oleh Karundeng *et al.*, (2017) memperlihatkan hasil ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi mampu meningkatkan pengaruh hubungan CSR dan nilai perusahaan. Sehingga penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut,

H3 : Ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan antara CSR dan performa kinerja perusahaan.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Earnings Management* dan Performa Kinerja Perusahaan

Praktik bisnis manajemen merupakan pihak yang bertindak sebagai pengelola perusahaan. Hal ini membuat manajer dapat informasi lebih banyak serta lebih dahulu mengenai kondisi perusahaan daripada pemilik sehingga munculah asimetri informasi yang dapat dilakukan oleh manajer dengan suatu praktik akuntansi yang berorientasi pada laba guna mencapai tingkat performa kinerja tertentu.

Ukuran perusahaan diindikasikan ikut mempunyai peran sebagai variabel moderating yang ikut memoderasi pengaruh earnings management terhadap kinerja keuangan perusahaan. Ukuran perusahaan menjelaskan adanya tingkat jumlah pengalaman dan kemampuan perusahaan terhadap proses pengelolaan risiko investasi dari shareholders yang memiliki tujuan guna meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran para pemilik modal perusahaan. Ukuran perusahaan juga bisa digambarkan sebagai ukurannya; bisnis yang lebih besar, secara umum, mendapatkan lebih banyak liputan media. Ini disebabkan oleh fakta bahwa perusahaan multinasional terlibat dalam praktik yang lebih signifikan secara sosial. Apabila reaksi masyarakat negatif, maka tuntutan akan diajukan terhadap korporasi sehingga menimbulkan biaya politik yang meningkat.

Jika sebuah perusahaan menyatakan ukurannya dengan menggunakan total aset, maka total aset perusahaan akan sama persis atau berbanding lurus dengan ukuran perusahaan. Hal ini diasumsikan semakin besar memiliki total aset, maka semakin besar pula perusahaan tersebut, apabila perusahaan memiliki sejumlah aset bersih lebih banyak, tampaknya perusahaan akan dapat melakukan praktik manajemen laba lebih lanjut. Perusahaan dengan ukuran lebih besar menjadi sasaran tekanan pengawasan lebih berat dari investor untuk dapat memberikan peningkatan keuntungan. Di sisi lain, perusahaan yang mempunyai ukuran lebih besar mempunyai kekuatan manajemen lebih kuat sehingga dapat melakukan negosiasi dengan auditor, tindakan tersebut membuat pihak manajemen lebih mudah untuk memanipulasi pendapatan (Ali *et al.*, 2015).

Perusahaan dengan skala yang besar lebih diperhatikan masyarakat sehingga akan berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan dan melaporkan kondisi perusahaan lebih akurat. Ukuran perusahaan diukur menggunakan log natural total asset (Pagalung, 2011). Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih diminati investor. Kepercayaan investor akan berlebih pada perusahaan dengan berukuran besar. Perusahaan yang berskala besar cenderung lebih stabil dibandingkan perusahaan kecil. Karena perusahaan yang besar atau telah *go public* memiliki akses yang luas terhadap sumber dana dari pasar modal atau perbankan. Hal tersebut bertujuan untuk pembiayaan investasi sebagai upaya peningkatan keuntungan perusahaan (Alim & Assyifa, 2019). Penelitian oleh Surya & Januarti, (2012) menunjukkan hasil bahwa nilai perusahaan memoderasi manajemen laba dan variabel lainnya. Berdasarkan analisis literatur sebelumnya, penelitian ini menggunakan hipotesis sebagai berikut,

H4 : Ukuran perusahaan mampu memperkuat hubungan antara *earnings management* dan performa kinerja perusahaan

METODE PENELITIAN

Performa Kinerja Perusahaan

Performa kinerja perusahaan ialah sebuah bentuk meninvestasi dari tanggung jawab dan kewajiban untuk adanya pelaporan kinerja, sumber daya yang sudah dipakai dan aktivitas, yang dilakukan dan dicapai oleh perusahaan. Untuk mampu memberikan penilaian apakah tujuan yang sudah ditentukan oleh perusahaan dan telah tercapai bisa dikatakan bukanlah sesuatu yang semudah itu dilaksanakan. Semua itu dikarenakan berkaitan dengan aspek-aspek dari sebuah manajemen yang tidak bisa dikatakan sedikit adanya. Penelitian ini memanfaatkan proksi *Tobin's Q* dalam menghitung kinerja perusahaan. *Tobin's Q* bisa dinyatakan menjadi sebuah rasio penilaian dengan alasan rasio ini mampu dipakai untuk memberi ukuran kemampuan dari manajemen untuk mewujudkan nilai pasar.

Tobin's Q telah dimodifikasi dalam praktik penggunaannya. Karena menyederhanakan berbagai simulasi pemodelan, perubahan varian *Tobin's Q* dalam Chung & Pruitt, (1994) dipakai konsisten berbagai versi simulasi permodelan. Versi yang diperbarui ini secara statistik telah mendekati formulasi *Tobin's Q* asli serta dengan 99,6% ketepatan dari formulasi asli oleh Lindenberg & Ross, (1981). Dengan formulasi rumus sebagai berikut:

$$Tobin's Q = (MVS + D) / TA$$

Keterangan :

MVS : *Market value of all outstanding shares.*

D : Utang

TA : Nilai dari total Aset

Nilai pasar dari saham beredar (MVS) adalah nilai pasar saham dihitung menggunakan perkalian jumlah saham beredar dan harga saham. *Debt* adalah nilai pasar utang, dan nilai ini dapat ditentukan dengan persamaan di bawah ini:

$$D = (AVCL - AVCA) + AVLTD$$

Keterangan :

AVCL : Utang jangka pendek + Utang pajak.

AVLTD : Utang jangka panjang.

AVCA : Kas + piutang + persediaan

Corporate Social Responsibility

Corporate Social Responsibility ialah bentuk keseriusan perusahaan dalam ikut serta berperan di dalam sebuah pembangunan di bidang ekonomi yang berkelanjutan di masyarakat guna memberi peningkatan taraf hidup dan kebermanfaatan lingkungan, baik bagi perusahaan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya merujuk pada Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007. Gössling & Vocht, (2007) memberikan sebuah pemikiran bahwa CSR bisa dipandang menjadi sebuah kewajiban dari sebuah bisnis agar bisa menjadi organisasi yang akuntabel pada semua stakeholder.

Indeks *Global Reporting Initiative* (GRI G-4) digunakan sebagai panduan dalam analisis ini untuk mengukur CSR. Ada empat aspek klasifikasi CSR sesuai *Global Reporting Index* (GRI G-4): tanggung jawab ekonomi, lingkungan, sosial, dan produk, terdapat 91 indikator di dalamnya. CSR dalam studi ini dianalisis dengan cara *content analysis*. *Content analysis* adalah cara coding teks informasi kualitatif jadi kuantitatif yang sesuai kriteria menarik kesimpulan (Islam & Deegan, 2008). Indikator tertentu tidak mampu diukur hanya melihat pada laporan CSR perusahaan maka dari itu informasi CSR bersumber dari keseluruhan laporan tahunan perusahaan. Variabel dummy digunakan untuk menentukan CSR perusahaan menggunakan indeks GRI. Pemberian skor 1 ditentukan jika informasi CSR sesuai indeks GRI dan skor 0 jika sebaliknya. Pengukuran CSR pada penelitian ini menggunakan t-1 dikarenakan untuk menilai pengaruh CSR pada performa kinerja perusahaan dengan menggunakan harga saham tahun t pada variabel dependen dengan proksi *Tobin's Q*, maka CSR yang digunakan adalah tahun sebelumnya. Model yang dipergunakan dalam mengkalkulasi tingkat indikator CSR sebagai berikut:

$$CSRI_{t-1} = \frac{\sum X_{it}}{n_t}$$

Keterangan :

CSRI_t : Merupakan tingkat indikator CSR perusahaan t - 1

$\sum X_{it}$: Total dari perhitungan variabel *dummy*, skor 1 jika CSR sesuai indeks kriteria dan skor 0 sebaliknya

n_t : Jumlah indeks kriteria CSR GRI G-4

Earnings Management

Manajemen laba terdapat dua jenis perbedaan pengukuran, ialah *accrual earnings management* dan *real earnings management*. Pengukuran *earnings management* dalam studi ini dengan *accrual earnings management* menggunakan *model cross sectional* Jones, (1991) yang telah dimodifikasi Dechow et al., (1995) yang berpendapat bahwa, jika manajer memutuskan untuk menambah pendapatan perusahaan pada akhir tahun dimana kas belum diterima, maka jumlah yang diperpanjang akan tercermin dalam pendapatan tahun itu dan piutang akan meningkat. Menggunakan model Jones, (1991) dimodifikasi untuk deskripsi kebijaksanaan manajerial dalam pendapatan. Alasan di balik ini pengelolaan pendapatan diakui dari transaksi kredit lebih mudah dilakukan daripada mengelola pendapatan diakui dari penjualan tunai (Dechow et al., 1995). Berikut ini adalah model Jones yang sudah mengalami modifikasi pengukuran manajemen laba akrual:

1. Mengkalkulasi jumlah *accrual* (TAC) dari laba yang sudah bersih tahun t dikurangi dengan arus kas operasi tahun t.

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

Selanjutnya, untuk dapat mengestimasi jumlah akrual (TA) dengan mempergunakan *Ordinary Least Square*.

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

2. Menentukan *nondiscretionary accruals* (NDA) didapat dengan berdasar pada koefisien regresi dengan rumus sebagai berikut :

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

3. Langkah akhir, mengukur *discretionary accrual* (DA) sebagai ukuran dari manajemen laba :

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

Keterangan

DA_{it} : *Discretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t

NDA_{it} : *Nondiscretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t

TA_{it} : Total akrual perusahaan i dalam periode tahun t

NI_{it} : Laba bersih perusahaan i dalam periode tahun t

CFO_{it} : Arus kas dari aktivitas operasi perusahaan i dalam periode tahun t

A_{it-1} : Total aset perusahaan i dalam periode tahun t-1

ΔRev_{it} : Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t-1

PPE_{it} : *Plant, property, equipment* perusahaan i dalam periode tahun t

ΔRec_{it} : Piutang usaha perusahaan i pada tahun t dikurangi piutang perusahaan i pada tahun t-1

ε : error

β : koefisien

Ukuran Perusahaan

Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar, lebih sering melakukan *downward earnings management*, hal ini disebabkan fakta bahwa investigasi pemerintah meningkat secara proporsional

dengan melihat ukuran perusahaan lebih besar dan lebih memberikan keuntungan (Christie & Zimmerman, 1994; Young, 1999). Untuk perusahaan besar, pemeriksaan yang lebih dalam oleh pihak luar dapat meminimalkan kemampuan manajemen untuk mempraktikkan akuntansi diskresioner. Hubungan antara akrual diskresioner dengan ukuran perusahaan bersifat negatif (Gras-Gil *et al.*, 2016). Sial *et al.*, (2018) ukuran perusahaan dapat ukur dengan menggunakan log natural dari total aset (SIZE).

$$SIZE = Ln (Total Assets)$$

Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan studi ini yaitu perusahaan dari sektor industri barang konsumsi yang tercatat di BEI pada tahun 2017-2019. Sampel digunakan pada studi ini memakai laporan tahunan dari perusahaan di sektor industri barang konsumsi, telah dipublikasikan pada BEI pada tahun 2017-2019. Pemilihan sampel penelitian memakai *purposive sampling* dengan ketentuan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019.
2. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia di tahun 2017-2019 yang telah merilis laporan keuangan dan laporan tahunan lengkap disertai laporan auditor independen.
3. Perusahaan sektor industri barang konsumsi, yang tercatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019 yang mengungkapkan indeks GRI sebagai pengukuran CSR.
4. Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang dicatat di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019 yang menyediakan data yang sesuai dengan pengujian variabel pada studi ini.

Metode Analisis

Pendekatan metode analisis regresi linier berganda dengan interaksi variabel moderasi menggunakan teknik uji MRA (*Moderated Regression Analysis*) digunakan menganalisis penelitian. Pengujian asumsi klasik dilakukan guna memvalidasi uji hipotesis, yang diolah menggunakan aplikasi IBM SPSS 22. Model regresi linear berganda yang digunakan studi ini yaitu sebagai berikut:

$$TOBIN'S Q = \alpha + \beta_1 CSR + \beta_2 DA + \beta_1 CSR * SIZE + \beta_1 DA * SIZE + \varepsilon$$

Keterangan:

TOBIN'S Q : Kinerja Perusahaan

α : Konstanta

CSR : *Corporate Social Responsibility*

DA : *Discretionary Accruals Earning Management*

CSR*SIZE : Interaksi antara CSR dengan ukuran perusahaan

DA*SIZE : Interaksi antara *Accrual Earning Management* dengan ukuran perusahaan

ε : Error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Sampel Penelitian

Tabel 2
Hasil Perolehan Sampel Penelitian

Kriteria Sampel Penelitian	Jumlah dalam Angka	Jumlah dalam Persen
Seluruh perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2017-2019.	171	100%
Perusahaan di sektor barang konsumsi tercatat di BEI tahun 2017-2019 yang telah menerbitkan laporan keuangan akan tetapi tidak mendapat akses pada web perusahaan, dan terdapat data penelitian yang tidak lengkap untuk menganalisis variabel.	(36)	(21%)

Perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI pada tahun 2017-2019 yang tidak mengungkapkan indeks GRI sebagai pengukuran CSR.	(0)	(0%)
Data outlier	(15)	(8,7%)
Jumlah sampel penelitian	120	70.3%

Sumber : Data sekunder yang dioIah menggunakan SPSS, 2021.

Analisis Statistik Deskriptif

Tabel 3
Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
TOBINSQ	120	-,2008	5,4657	1,470722	1,2776345
CSR	120	,0659	,4286	,230220	,0816151
DA	120	-,5476	1,2196	-,002181	,1736827
SIZE	120	25,2101	32,2010	28,489223	1,5280528
Valid N (listwise)	120				

Sumber : Data sekunder yang dioIah menggunakan SPSS, 2021

Hasil Pengujian Hipotesis

Tabel 4
Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Statistik t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,794	,162		4,896	,000
CSR	,395	,097	,309	4,068	,000
DA	-,447	,111	-,350	-4,024	,013
CSR*SIZE	,394	,119	,249	3,314	,003
DA*SIZE	,328	,104	,263	3,141	,042

a. Dependent Variable: TOBINSQ

Sumber : Data sekunder yang diolah dengan SPSS, 2021

Interpretasi Hasil

Pengaruh CSR terhadap Performa Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis pertama tentang dampak CSR terhadap performa kinerja perusahaan menunjukkan pengaruh yang positif. Nilai koefisien sebesar 0,395 dan $p\text{-value}$ $0,000 < 0,05$, berdasarkan pada hasil uji hipotesis. Hasil ini dapat menyiratkan CSR mempunyai pengaruh yang substansial signifikan pada performa kinerja perusahaan, serta interaksi yang positif, yang menyiratkan bahwa hipotesis pertama dalam analisis diterima.

Penelitian ini menggunakan proksi pengukuran menggunakan indeks GRI G-4 dengan 91 indikator guna mengukur *corporate social responsibility* yang dilambangkan dalam dengan CSR, penelitian ini juga menggunakan pengungkapan CSR pada tahun yang sebelumnya guna melihat dampak yang terjadi pada performa kinerjanya perusahaan dari sub isu peredaran saham perusahaan. Hasil yang ditunjukkan pada uji hipotesis bahwa CSR mempunyai pengaruh positif signifikan pada performa kinerja perusahaan.

Analisis ini tentunya sejalan dengan teori legitimasi yang menjadi landasan teori pada penelitian, yang menjelaskan bahwa hubungan baik diantara perusahaan dan juga masyarakat dapat memunculkan dukungan masyarakat yang nantinya akan mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan dibangun tersebut. Hasil pengujian dapat disimpulkan CSR akan membantu perusahaan mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi, melalui legitimasi yang didapatkan di masyarakat sehingga membantu bisnis dalam mencapai tingkat kinerja yang lebih tinggi. Perusahaan mendapatkan tanggapan positif dari masyarakat, yang akan membantu meningkatkan efisiensi performa kinerja perusahaan. Dengan adanya pengaruh dapat menunjukkan bahwa perusahaan mampu memaksimalkan pelaksanaan dan pengungkapan CSR yang ada di masyarakat.

Hasil analisis ini sejalan penelitian Healy & Wahlen, (1999) yang menyimpulkan bahwa dengan penerapan CSR, efektivitas perusahaan meningkat; biaya lingkungan, sosial dan transaksi berkurang; cakupan pasar yang lebih baik dan citra publik yang lebih baik tercapai dan keberlanjutan dan peningkatan kinerja perusahaan yang juga sesuai dengan analisis McWilliams *et al.*, (2006) dan Chen & Wang, (2011). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa CSR menyebabkan peningkatan kinerja perusahaan (Li *et al.*, 2013; Lin *et al.*, 2009; Li *et al.*, 2013)

CSR berdampak positif pada performa kinerja suatu perusahaan. Berdasarkan temuan analisis ini, perusahaan yang memainkan peran penting dalam CSR akan mengalami peningkatan yang signifikan pada performa kinerja perusahaan mereka. Selain itu apabila perusahaan memiliki sumber daya keuangan yang berlebih, mereka melakukan proyek CSR yang berusaha untuk meningkatkan citra perusahaan serta untuk mencari peluang investasi jangka panjang. Hal ini dapat membantu dalam meningkatkan hasil bisnis di masa depan untuk perusahaan.

Pengaruh *Earnings Management* terhadap Performa Kinerja Perusahaan

Pengujian hipotesis kedua tentang pengaruh *earnings management* terhadap performa kinerja perusahaan menunjukkan hasil *earnings management* berpengaruh negative terhadap performa kinerja perusahaan. Dengan nilai koefisien adalah -0,447, dan nilai *p-value* $0,013 < 0,05$, sesuai dengan hasil pengujian. Dapat menunjukkan *earnings management* berpengaruh negatif meskipun signifikan kepada performa kinerja perusahaan yang berarti hipotesis kedua yang digunakan penelitian ini ditolak.

Penelitian ini proksi yang digunakan untuk mengukur *earnings management* pada perusahaan sektor industri barang konsumsi adalah *discretionary accruals* menggunakan model modifikasi Jones. Menurut temuan pengujian hipotesis, *earnings management* memiliki pengaruh negatif yang substansial terhadap performa kinerja perusahaan. Ini memastikan bahwa manajemen laba yang semakin tinggi dilakukan perusahaan memiliki pengaruh pada performa kinerja perusahaan, namun dengan faktor bukan secara penambahan laba akan tetapi dengan faktor lain. Menurut Scott, (2006), terdapat beberapa pola manajemen laba yang sering dilakukan oleh pihak manajemen, antara lain *taking a bath*, *income minimization*, *income maximization*, dan *income smoothing*. Hasil pengujian hipotesis pada penelitian ini mengindikasikan adanya *income minimalization* dan *income smoothing*. *Income smoothing* merupakan tindakan yang paling menarik dan paling sering dilakukan oleh manajer untuk manajemen laba di perusahaan. Menurut Belkaoui (2006), mendefinisikan bahwa perataan laba (*income smoothing*) adalah pengurangan fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan dari tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode yang kurang menguntungkan. Prihat & Gudono (2000) menjelaskan, perataan laba (*income smoothing*) merupakan tindakan yang dilakukan dengan sengaja untuk mengurangi variabilitas laba yang dilaporkan agar dapat mengurangi resiko pasar atas saham perusahaan. Scott (2015) menjelaskan terdapat faktor-faktor yang mendorong manajer melakukan manajemen laba adalah (1) rencana bonus (*Bonus scheme*), (2) kontrak utang jangka panjang (*debt covenant*), (3) motivasi politik (*political motivation*), (3) motivasi perpajakan (*taxation motivation*), (4) pergantian CEO (*Chief Executive Officer*), (5) penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*).

Hasil tersebut seiring dengan teori agensi yang dikemukakan Jensen & Meckling, (1976), menjelaskan mengenai agent memiliki kepentingan memaksimalkan kesejahteraannya, hal ini terjadi karena manajemen didorong untuk menghasilkan nilai atau manfaat yang optimal bagi bisnis, sehingga manajemen lebih memilih menerapkan pendekatan akuntansi yang menawarkan informasi laba yang lebih baik karena terjadinya asimetri informasi. Namun, berdasarkan hasil pengujian diketahui *earnings*

management mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap performa kinerja perusahaan. Menurut penelitian Gunny, (2005) manajemen laba berpengaruh negatif terhadap operasi kinerja perusahaan di masa depan. Keputusan melakukan manajemen laba memang akan menunjukkan kesuksesan pada performa kinerja perusahaan dengan hasil yang positif dalam waktu dekat, tetapi akan merugikan perusahaan kedepannya.

Hasil penelitian ini sesuai penelitian Afriyenti, (2009) meneliti mengenai hubungan manajemen manajemen laba akrual pada performa kinerja perusahaan. Penelitian tersebut menunjukkan hasil manajemen laba akrual tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Akram *et al.*, (2015), menyatakan hasil terdapat pengaruh yang negatif antara *earnings management* dengan kinerja perusahaan.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh CSR dan Performa Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian hipotesis ketiga tentang variabel interaksi ukuran perusahaan, menunjukkan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan lebih memperkuat pada hubungan CSR dengan performa kinerja perusahaan. Nilai koefisien 0,394, dan *p-value* $0.003 < 0.05$ ditunjukkan berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Hal tersebut diketahui ukuran perusahaan bisa memoderasi memberikan pengaruh positif signifikan memperkuat hubungan CSR terhadap performa kinerja perusahaan, yang berarti hipotesis ketiga pada penelitian ini diterima. Dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini, variabel moderasi yang digunakan merupakan jenis variabel moderasi Semu (*Quasi Moderator*). Variabel moderator ukuran perusahaan pada hipotesis ketiga ini berfungsi berhubungan dengan *criterion* dan/atau *predictor* dan berinteraksi dengan *predictor* atau dengan kata lain variabel moderasi ini memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2016).

Ukuran perusahaan memperkuat hubungan CSR pada performa kinerja perusahaan dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan, perusahaan tersebut memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi oleh publik. Hal tersebut dapat ditunjukkan oleh banyaknya investor yang mempercayakan modalnya di perusahaan tersebut. Modal yang besar dapat meningkatkan input yang ada di perusahaan yang berguna untuk meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. Sehingga ukuran perusahaan memperkuat pengaruh CSR terhadap performa kinerja perusahaan.

Temuan analisis ini selaras dengan analisis sebelumnya oleh Karundeng *et al.*, (2017), menemukan bahwa menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi akan meningkatkan hubungan CSR dan valuasi nilai perusahaan. Hackston & Milne, (1996), menyelidiki dampak ukuran perusahaan untuk pengungkapan CSR perusahaan dan menemukan bukti ukuran perusahaan memiliki efek menguntungkan positif pada tanggung jawab sosial perusahaan. Demikian pula, Weshah *et al.*, (2012), menemukan ukuran perusahaan (bank) dan besarnya risiko di bank memoderasi dampak CSR terhadap hasil keuangan.

Ukuran Perusahaan Memoderasi Pengaruh *Earnings Management* dan Performa Kinerja Perusahaan

Hasil pengujian untuk hipotesis yang keempat mengenai variabel interaksi, hasil uji empiris diketahui bahwa ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh memperkuat hubungan *earnings management* terhadap performa kinerja perusahaan, nilai koefisien sebesar 0,328 dan *p-value* $0,042 > 0.05$. Hal ini dapat menyiratkan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh mampu memoderasi atau memperlemah hubungan *earnings management* dan performa kinerja perusahaan, yang berpengaruh positif signifikan pada kinerja keuangan perusahaan yang berarti hipotesis keempat penelitian ini diterima. Jenis variabel moderasi yang digunakan merupakan jenis variabel moderasi Semu (*Quasi Moderator*). Variabel moderator ukuran perusahaan pada hipotesis ketiga ini berfungsi berhubungan dengan *criterion* dan/atau *predictor* dan berinteraksi dengan *predictor* atau dengan kata lain variabel moderasi ini memoderasi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen (Ghozali, 2016). Jenis variabel moderasi dalam hal ini mempengaruhi hubungan dan memiliki arah variabel yang searah. Variabel moderasi juga memiliki hubungan secara signifikan dengan *earnings management* sebagai *variable predictor* maupun performa kinerja perusahaan sebagai *variable criterion*.

Variabel interaksi moderasi ukuran perusahaan memperkuat hubungan *earnings management* terhadap performa kinerja perusahaan. Temuan hasil ini dapat diklarifikasi dengan fakta semakin besar ukuran perusahaan dihitung dari total aset, kecil kemungkinannya untuk terlibat dalam aktivitas manajemen laba yang akan berdampak pada hasil perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya ukuran perusahaan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap praktik perataan laba pada Budiasih (2009), dan Rut Puspita (2015), dan menunjukkan hasil tidak berpengaruh dalam penelitian Haris dan Shiddiq (2013), dan Lusi C. (2012). Selanjutnya pada Rut & Putriana (2015) diketahui bahwa umur perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap praktik perataan laba, akan tetapi dalam Wulan Wahyu (2010) menunjukkan hasil tidak berpengaruh. Penelitian yang dilakukan Ridwan (2012) diketahui bahwa nilai pajak ternyata juga terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap praktik perataan laba.

Hasil pengujian pada hipotesis kedua mengindikasikan adanya pemerataan laba pada sektor industri barang konsumsi yang dapat dilihat dari koefisien beta negatif yaitu $-0,447$, hal ini ternyata di dukung dengan moderasi dari ukuran perusahaan yang memperlihatkan hasil pengukuran koefisien beta $0,328$. Penelitian ini menjelaskan semakin besar memiliki total aset, maka semakin besar pula perusahaan tersebut, apabila perusahaan memiliki sejumlah aset bersih lebih banyak, tampaknya perusahaan akan dapat melakukan praktik manajemen laba lebih lanjut, dengan melakukan pemerataan laba. Terdapat beberapa pola manajemen laba yang sering dilakukan oleh pihak manajemen menurut Scott, (2006) antara lain *taking a bath*, *income minimization*, *income maximization*, dan *income smoothing*. *Income smoothing* merupakan tindakan yang paling menarik dan paling sering dilakukan oleh manajer untuk memanajemen laba di perusahaan. Selanjutnya Scott (2015) menjelaskan terdapat faktor-faktor yang mendorong manajer melakukan manajemen laba adalah (1) rencana bonus (*Bonus scheme*), (2) kontrak utang jangka panjang (*debt covenant*), (3) motivasi politik (*political motivation*), (3) motivasi perpajakan (*taxation motivation*), (4) pergantian CEO (*Chief Executive Officer*), (5) penawaran saham perdana (*Initial Public Offering*).

Perusahaan dengan ukuran lebih besar menjadi sasaran tekanan pengawasan lebih berat dari investor untuk dapat memberikan peningkatan keuntungan. Di sisi lain, perusahaan yang mempunyai ukuran lebih besar mempunyai kekuatan manajemen lebih kuat sehingga dapat melakukan negosiasi dengan auditor, tindakan tersebut membuat pihak manajemen lebih mudah untuk memanipulasi pendapatan (Ali *et al.*, 2015). Pengawasan media yang meningkat, perusahaan besar akan berhati-hati dalam laporan keuangannya dan akan mengungkapkan kondisi performa kinerja perusahaan dengan lebih andal. Perusahaan yang memiliki ukuran lebih kecil, di sisi lain, cenderung untuk melakukan manajemen laba dengan memposting hasil lebih tinggi untuk menunjukkan performa kinerja perusahaan lebih baik. Temuan hasil analisis ini selaras dengan penelitian yang dilakukan Siregar & Utama, (2008) dan Chtourou *et al.*, (2001) yang mencatat ukuran perusahaan berdampak pada manajemen laba, perusahaan dengan ukuran relative besar akan dinilai oleh publik atas hasilnya, menyebabkan perusahaan tersebut memantau kondisi keuangan mereka lebih dekat, lebih informatif, dan transparan, akan tetapi pengaruh *earnings management* terhadap performa kinerja perusahaan tidak diperkuat oleh ukuran perusahaan. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ulya dan Khairunnisa (2014) menjelaskan adanya bukti bahwa ukuran perusahaan dapat memberikan celah untuk mempraktikkan manajemen laba ketika terdapat tanda-tanda bahwa manajemen sedang berusaha untuk menghasilkan laba dengan efektif, maka akan menyebabkan manajemen mempraktikkan manajemen laba.

KESIMPULAN

Penelitian ini menguji pengaruh CSR dan *earnings management* terhadap performa kinerja perusahaan dengan variabel moderasi yang digunakan adalah ukuran perusahaan, dengan hasil CSR berpengaruh signifikan positif terhadap performa kinerja perusahaan, dengan koefisien $0,395$ dan nilai signifikansi $0,000$. Angka ini menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan CSR pada performa kinerja perusahaan, yang menyiratkan bahwa hipotesis pertama dalam analisis ini diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dampak CSR terhadap kinerja perusahaan dapat dibuktikan secara empiris. Manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap performa kinerja perusahaan dengan signifikansi sebesar $0,013$, akan tetapi nilai koefisien beta sebesar $-0,447$, sehingga secara statistik dinyatakan signifikan namun koefisien regresi bernilai negatif. Angka koefisien menunjukkan negatif, bukan berarti tidak adanya perlakuan *earnings management*, namun melakukan dalam bentuk pemerataan laba

(*income minimization, dan income smoothing*), akan tetapi sejalan dengan hipotesis meskipun signifikan namun hasil menunjukkan negatif, maka dari itu hipotesis kedua pada analisis ini ditolak. Penelitian ini tidak membuktikan secara empiris pengaruh positif signifikan dari hubungan manajemen laba pada performa kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan mampu memoderasi memperkuat hubungan antara CSR dan performa kinerja perusahaan. Hal tersebut dikarenakan memiliki nilai koefisien 0,394 dan nilai signifikansi 0,003. Dapat menunjukkan bahwa besarnya ukuran suatu perusahaan cenderung dapat memainkan peranan celah dalam manajemen laba yang berpengaruh pada performa kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan dapat memoderasi hubungan antara manajemen laba terhadap performa kinerja perusahaan yang merupakan hipotesis keempat dalam penelitian ini, hal ini dikarenakan dalam pengujian memiliki nilai koefisien 0,328 dan nilai signifikansi 0,042. Angka koefisien dalam pengujian ini menunjukkan positif berarti hasil memperkuat pengaruh antara manajemen laba dan performa kinerja perusahaan. Pengujian menunjukkan hasil nilai signifikan maka hipotesis keempat dalam studi ini diterima. Hasil pada penelitian ini dapat membuktikan secara empiris adanya pengaruh moderasi ukuran perusahaan tersebut.

Keterbatasan Penelitian, terdapat beberapa *gap* dan limitasi yang ditemui, yaitu hanya menggunakan tiga variabel independen yaitu CSR, *earnings management*, dan ukuran perusahaan. Sedangkan masih terdapat faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keberhasilan performa kinerja perusahaan. Terdapat beberapa portal web perusahaan yang sulit akses, sehingga data yang dikumpulkan belum maksimal. Penelitian ini dilakukan dengan melihat laporan keuangan tahun 2017-2019 sebelum terjadinya pandemi Covid-19 pada perusahaan sektor industri barang konsumsi, sehingga akan terjadi perbedaan hasil apabila penelitian berikutnya menggunakan laporan keuangan perusahaan saat terjadinya pandemi Covid-19.

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang ada pada penelitian ini, maka peneliti memberikan saran untuk penelitian berikutnya, yaitu studi selanjutnya diharapkan sampel penelitian bukan hanya perusahaan yang tercatat di BEI dalam sektor industri barang konsumsi, tetapi juga perusahaan dari industri lain. Selanjutnya, studi berikutnya dapat memperpanjang durasi survei lebih dari tiga tahun. Untuk meningkatkan nilai R^2 dapat memodifikasi pada penelitian selanjutnya perlu dilakukan penambahan atau penggantian variabel yang bersifat independen dan cukup terkait dengan variabel dependen dalam sampel yaitu performa kinerja perusahaan. Sehingga pengaruh variabel independen maupun moderasi sanggup menjelaskan variasi variabel dependen dengan lebih optimal dikarenakan adanya inkonsistensi yang diperoleh dalam penelitian ini. Perhitungan untuk penilaian skor variabel independen CSR dapat diganti dengan ESG, dan untuk penghitungan manajemen laba dapat dilakukan dengan menggunakan rumus manajemen laba riil, atau mengganti indikator manajemen laba akrual atau rumus lain, sedangkan untuk pengukuran variabel dependen performa kinerja perusahaan dapat digunakan ROA atau pengukuran. sebagai tambahan. Penelitian selanjutnya harus dapat memilih variabel lain yang memiliki pengaruh yang lebih signifikan dan searah, baik dari variabel independen maupun variabel moderasi, variabel independen dan variabel kontrol, untuk memperkuat temuan penelitian.

REFERENSI

- Afriyenti, M. (2009). *Pengaruh accrual earnings management dan real earnings management terhadap kinerja perusahaan dengan struktur kepemilikan sebagai variabel pemoderasi: Studi empiris*. [Yogyakarta]: Universitas Gadjah Mada.
- Akram, M. A., Hunjra, A. I., Butt, S., & Ijaz, I. (2015). Earnings management and organizational performance: Pakistan VS India. *Basic Research Journal of Business Management and Accounts*, 4(9), 211–220.
- Ali, U., Noor, M., Khurshid, M. K., & Mahmood, A. (2015). Impact of Firm Size on Earnings Management: A Study of Textile Sector of Pakistan. *SSRN Electronic Journal*, 7(28), 47–56. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2698317>
- Alim, M., & Assyifa, A. (2019). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, Dan Komite Audit Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan. *Balance Vocation Accounting Journal*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.31000/bvaj.v3i2.2235>
- Chen, H., & Wang, X. (2011). Corporate social responsibility and corporate financial performance in China: An empirical research from Chinese firms. *Corporate Governance*, 11(4), 361–370. <https://doi.org/10.1108/14720701111159217>

- Christie, A., & Zimmerman, J. L. (1994). Efficient and opportunistic choices of accounting procedures. *The Accounting Review*, 69(4), 539–566.
- Chung, K. H., & Pruitt, S. W. (1994). A simple approximation of Tobin's q. *Financial Management*, 70–74.
- Dechow, P. M., Sloan, R. G., & Sweeney, A. P. (1995). Detecting earnings management. *Accounting Review*, 193–225.
- Deegan, C. (2002). Introduction: The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(3), 282–311. <https://doi.org/10.1108/09513570210435852>
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gössling, T., & Vocht, C. (2007). Social role conceptions and CSR policy success. *Journal of Business Ethics*, 74(4), 363–372. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9512-3>
- Gras-Gil, E., Manzano, M. P., & Fernández, J. H. (2016). Investigating the relationship between corporate social responsibility and earnings management: Evidence from Spain. *BRQ Business Research Quarterly*, 19(4), 289–299.
- Gunny, K. A. (2005). *What are the consequences of real earnings management?* Citeseer.
- Hackston, D., & Milne, M. J. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Hastuti, T. D. (2005). Hubungan antara good corporate governance dan struktur kepemilikan dengan kinerja keuangan (Studi kasus pada perusahaan yang listing di Bursa Efek Jakarta). *Symposium Nasional Akuntansi VIII*, 238–247.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting. *Accounting Horizons*, 13(4), 365–383. <https://doi.org/10.2308/acch.1999.13.4.365>
- Islam, A. M., & Deegan, C. (2008). Motivations for an organisation within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(6), 850–874. <https://doi.org/10.1108/09513570810893272>
- 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)
- Jones, J. J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193. <https://doi.org/10.2307/2491047>
- Karundeng, F., Nangoi, G. B., & Karamoy, H. (2017). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan dengan Profitabilitas, Kepemilikan Manajemen dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Jakarta tahun. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "Goodwill,"* 8(2), 1–10. <https://doi.org/10.35800/jjs.v8i2.16901>
- Li, Q., Luo, W., Wang, Y., & Wu, L. (2013). Firm performance, corporate ownership, and corporate social responsibility disclosure in China. *Business Ethics*, 22(2), 159–173. <https://doi.org/10.1111/beer.12013>
- Lin, C. H., Yang, H. L., & Liou, D. Y. (2009). The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan. *Technology in Society*, 31(1), 56–63. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2008.10.004>
- Lindenberg, E. B., & Ross, S. A. (1981). Tobin's q ratio and industrial organization. *Journal of Business*, 1–32.
- Lo, K. (2008). Earnings management and earnings quality. *Journal of Accounting and Economics*, 45(2–3), 350–357. <https://doi.org/10.1016/j.jacceco.2007.08.002>
- Margolis, J. D., Elfenbein, H. A., & Walsh, J. P. (2007). Does it pay to be good? A meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance. *Ann Arbor*, 1001, 41234–48109.
- Margolis, J. D., Elfenbein, H. A., & Walsh, J. P. (2009). Does it pay to be good... and does it matter? A meta-analysis of the relationship between corporate social and financial performance. *And Does It Matter*.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective.

- Academy of Management Review*, 26(1), 117–127. <https://doi.org/10.5465/AMR.2001.4011987>
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1–18. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2006.00580.x>
- Nakao, Y., Amano, A., Matsumura, K., Genba, K., & Nakano, M. (2007). Relationship between environmental performance and financial performance: an empirical analysis of Japanese corporations. *Business Strategy and the Environment*, 16(2), 106–118.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., & Rynes, S. L. (2003). 57-orlitzky2003-Social & Financial performance-Meta Analysis.pdf. *Organization Studies*, 24(3), 403–441.
- Osma, B. G., Noguer, B. G. de A., & Clemente, A. G. (2005). Research on earnings management. *Revista Espanola de Financiacion y Contabilidad*, 34(127), 1001–1033. <https://doi.org/10.1080/02102412.2005.10779570>
- Pagalung, G. (2011). TERHADAP MANAJEMEN LABA PERUSAHAAN MANUFAKTUR INDONESIA Robert Jao Gagaring Pagalung (Universitas Hasanuddin). 8(1), 43–54.
- Price, J. M., & Sun, W. (2017). Doing good and doing bad: The impact of corporate social responsibility and irresponsibility on firm performance. *Journal of Business Research*, 80(July 2015), 82–97. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.007>
- Ross L. Watts & Zimmerman, J. (2009). *Analisis Pengaruh Kepemilikan* (Issue 5).
- Safira, H., & Saifi, M. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan (Studi pada Perusahaan Sektor Industri Barang Konsumsi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2017). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 76 No(1), 40–47.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Nominal, Barometer Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 1(2). <https://doi.org/10.21831/nominal.v1i2.1002>
- Scott, W. R. (2006). *Financial Accounting Theory*.
- Scott, W. R. (2015). *Financial Accounting Theory 7th Edition*. Pearson Canada Inc. Canada.
- Sial, M. S., Chunmei, Z., Khan, T., & Nguyen, V. K. (2018). Corporate social responsibility, firm performance and the moderating effect of earnings management in Chinese firms. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 10(2–3), 184–199. <https://doi.org/10.1108/APJBA-03-2018-0051>
- Siregar, S. V., & Utama, S. (2008). Type of earnings management and the effect of ownership structure, firm size, and corporate-governance practices: Evidence from Indonesia. *International Journal of Accounting*, 43(1), 1–27. <https://doi.org/10.1016/j.intacc.2008.01.001>
- Solomon, A., & Lewis, L. (2002). Incentives and disincentives for corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 11(3), 154–169.
- Surya, A., & Januarti, I. (2012). Hubungan Manajemen Laba Sebelum IPO terhadap Return Saham dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro Journal of Accounting*, 1(1), 843–850.
- Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). Corporate Social Performance And Organizational Attractiveness To Prospective Employees. *Academy of Management Journal*, 40(3), 658–672. <https://doi.org/10.5465/257057>
- Weshah, S. R., Dahiyat, A. A., Awwad, M. R. A., & Hajjat, E. S. (2012). The impact of adopting corporate social responsibility on corporate financial performance: Evidence from Jordanian banks. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 4(5), 34–44.
- Young, S. (1999). Systematic measurement error in the estimation of discretionary accruals: An evaluation of alternative modelling procedures. *Journal of Business Finance and Accounting*, 26(7–8), 833–862. <https://doi.org/10.1111/1468-5957.00277>
- Zahra, S. A., Priem, R. L., & Rasheed, A. A. (2005). The antecedents and consequences of top management fraud. *Journal of Management*, 31(6), 803–828. <https://doi.org/10.1177/0149206305279598>