

Pengaruh CSR terhadap Manajemen Laba Industri Konsumsi di BEI: Studi Komparasi Sebelum dan Sesudah Pandemi

Retno Wandari^{1*}, Hana Dhayan², Ayu Umyana³

Akuntansi, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia¹

Akuntansi, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia²

Akuntansi, Universitas Tanjungpura, Pontianak, Indonesia³



Email: b1034231035@student.untan.ac.id, hdhayan@ekonomi.untan.ac.id,
ayuummyana@ekonomi.untan.ac.id

INFO ARTIKEL

Sejarah Artikel:

Diterima	25-08-2026
Disetujui	18-09-2026
Diterbitkan	20-09-2026

ABSTRACT

This study examines the shift in the motives behind Corporate Social Responsibility (CSR) disclosure toward earnings management during a financial crisis. The objective is to compare the effects of ethical requirements and managerial opportunism before (2018–2019) and after (2020–2021) the COVID-19 pandemic among five consumer industry issuers listed on the Indonesia Stock Exchange (IDX). A quantitative method was applied using separate split-sample multiple linear regression analysis and a Paired Samples T-Test. The results of the difference test showed no significant differences in the average CSR values ($p = 0.392$) and Real Earnings Management (REM) ($p = 0.559$) at the macro-sectoral level due to the asymmetric responses of the observed firms. However, the regression analysis demonstrated a radical structural shift, in which the effect of CSR on earnings management changed from significantly negative to significantly positive after the pandemic. The findings suggest a shift in managerial behavior from ethical commitment during stable periods to opportunistic actions during crises, whereby CSR disclosure is exploited as a camouflage or greenwashing mechanism to conceal real earnings management practices and avoid detection through accrual-based audits.

Keywords: Corporate Social Responsibility, Real Earnings Management, Agency Theory, Greenwashing, COVID-19

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji pergeseran motif di balik pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba pada masa krisis keuangan. Tujuan penelitian ini adalah membandingkan pengaruh *ethical requirement* dan *managerial opportunism* sebelum (2018–2019) dan sesudah (2020–2021) pandemi COVID-19 pada lima emiten industri konsumsi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Metode kuantitatif diterapkan menggunakan analisis regresi linear berganda *split-sample* terpisah dan *Paired Samples T-Test*. Hasil uji beda menunjukkan tidak terdapat perbedaan signifikan pada nilai rata-rata CSR ($p = 0,392$) dan *Real Earnings Management* (REM) ($p = 0,559$) pada tingkat makrosektoral akibat respons asimetris dari perusahaan yang diamati. Namun, analisis regresi menunjukkan pergeseran struktural yang radikal, di mana pengaruh CSR terhadap manajemen laba berubah dari signifikan negatif menjadi signifikan positif setelah pandemi. Temuan ini mengindikasikan adanya pergeseran perilaku manajerial dari komitmen etis pada masa stabil menjadi tindakan oportunistik pada masa krisis, di mana pengungkapan CSR dieksploitasi sebagai mekanisme

kamuflase atau *greenwashing* untuk menyembunyikan praktik manajemen laba riil dan menghindari deteksi melalui audit berbasis akrual.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*; Manajemen Laba Riil; Teori Keagenan; *Greenwashing*; COVID-19

Bagaimana Cara Sitasi Artikel ini:

Wandari, R., Dhayan, H., & Umyana, A. (2026). Pengaruh CSR terhadap Manajemen Laba Industri Konsumsi di BEI: Studi Komparasi Sebelum dan Sesudah Pandemi. LANCAH: Jurnal Inovasi Dan Tren, 4(2), 579-587. <https://journal.lembagakita.com/ljit/article/view/8547>

PENDAHULUAN

Praktik manajemen laba tetap menjadi isu sentral dalam pelaporan keuangan di Bursa Efek Indonesia (BEI), terutama ketika perusahaan menghadapi tekanan eksternal yang signifikan. Sektor industri konsumsi, yang sering dianggap sebagai sektor defensif, tidak luput dari upaya manajerial untuk menyelaraskan laba yang dilaporkan dengan ekspektasi pasar. Di tengah dinamika ini, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) muncul sebagai instrumen strategis yang memiliki peran ganda. Berdasarkan perspektif *ethical requirement*, pengungkapan CSR mencerminkan integritas moral perusahaan yang mampu membatasi perilaku manipulatif manajer; namun sebaliknya, perspektif *managerial opportunism* melihat CSR sebagai alat untuk menutupi praktik manajemen laba (Grougiou et al., 2021).

Kesenjangan perilaku ini semakin terlihat jelas selama masa krisis global. Pandemi COVID-19 menciptakan ketidakpastian yang mendorong manajer untuk bertindak lebih agresif dalam menjaga performa laporan keuangan melalui teknik akrual maupun manipulasi riil. Penelitian oleh Septiani dan Siregar (2022) menunjukkan bahwa selama masa pandemi, perilaku oportunistik cenderung meningkat seiring dengan tingginya tekanan ekonomi yang dialami emiten di BEI. Hal ini memperkuat dugaan bahwa pengungkapan CSR mungkin mengalami pergeseran fungsi, dari sebuah tanggung jawab etis menjadi sekadar strategi pencitraan untuk mengalihkan perhatian pemangku kepentingan dari kualitas laba yang rendah (Hasanah & Setyaningrum, 2021).

Pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam kaitannya dengan pelaporan keuangan juga ditekankan oleh Dhayan (2022), yang menyatakan bahwa luas pengungkapan CSR dipengaruhi oleh karakteristik perusahaan dan kebutuhan untuk memberikan sinyal positif kepada pasar, yang secara tidak langsung berinteraksi dengan kebijakan akuntansi yang diambil oleh manajemen. Namun, kegunaan informasi CSR ini sering kali dikompromikan oleh kepentingan manajerial. Heniwati (2018) menegaskan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang disengaja oleh manajer untuk mencapai tujuan tertentu melalui manipulasi data keuangan, di mana pengungkapan CSR dapat berfungsi sebagai variabel yang memperlemah atau justru memperkuat dampak dari praktik tersebut terhadap nilai perusahaan di mata publik.

Dalam konteks industri konsumsi di Indonesia, perbandingan antara periode sebelum dan sesudah pandemi menjadi krusial untuk memetakan konsistensi etika perusahaan. Sebagaimana dikemukakan oleh Prabowo dan Widanaputra (2022), terdapat perbedaan signifikan dalam pola manajemen laba sebelum dan selama krisis, yang sering kali berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengomunikasikan tanggung jawab sosialnya kepada publik. Oleh karena itu, penguatan transparansi melalui pengungkapan keberlanjutan menjadi mandatori yang semakin penting, sebagaimana diatur dalam kebijakan otoritas pasar modal yang mewajibkan emiten untuk melaporkan aspek lingkungan dan sosial secara komprehensif (Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Melalui studi komparasi ini, diharapkan dapat terungkap apakah industri konsumsi di BEI lebih mengedepankan aspek etis atau justru memanfaatkan momentum krisis untuk bertindak oportunistik.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain studi komparatif untuk membandingkan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba

pada dua periode, yaitu sebelum pandemi (2018–2019) dan sesudah/selama pandemi (2020–2021). Populasi penelitian mencakup seluruh perusahaan sektor industri barang konsumsi (*consumer goods*) yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI), dengan sampel ditentukan melalui teknik *purposive sampling* berdasarkan tiga kriteria, yaitu perusahaan terdaftar secara berturut-turut di BEI selama 2018–2021, menerbitkan laporan tahunan (*annual report*) dan laporan keberlanjutan secara lengkap selama periode pengamatan, serta menggunakan mata uang Rupiah dalam pelaporan keuangannya.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari laporan tahunan, laporan keuangan auditan, dan laporan keberlanjutan atau bagian tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang diperoleh melalui situs resmi BEI dan laporan masing-masing emiten. Definisi operasional penelitian mencakup tiga variabel utama, yaitu pengungkapan CSR sebagai variabel independen yang diukur menggunakan indeks *GRI Standards* berdasarkan 91 item pengungkapan, manajemen laba sebagai variabel dependen yang diestimasi melalui nilai *discretionary accruals* menggunakan *Modified Jones Model*, serta variabel pembeda berupa *dummy variable*, dengan nilai 0 untuk periode sebelum pandemi (2018–2019) dan nilai 1 untuk periode sesudah/selama pandemi (2020–2021). Analisis dilakukan menggunakan *split-sample analysis* untuk menguji perbedaan koefisien regresi antarperiode. Teknik analisis data meliputi analisis deskriptif untuk menggambarkan nilai rata-rata CSR dan manajemen laba pada kedua periode serta uji hipotesis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui arah dan signifikansi pengaruh antarvariabel secara empiris.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum melangkah pada analisis inferensial dan pengujian hipotesis, bagian ini menyajikan potret komprehensif mengenai data sekunder yang digunakan sebagai basis empiris penelitian. Seluruh data mentah dikumpulkan dari laporan tahunan (*annual report*), laporan keuangan auditan yang didapatkan melalui keterbukaan informasi Bursa Efek Indonesia (BEI), serta laporan keberlanjutan (*sustainability report*) masing-masing emiten untuk periode pengamatan terpisah, yaitu era prapandemi (2018–2019) dan era sesudah pandemi (2023–2024).

Berdasarkan kriteria pemilihan sampel menggunakan metode *purposive sampling* yang telah ditetapkan pada metode penelitian, diperoleh enam perusahaan sektor industri barang konsumsi (*consumer goods*) yang secara konsisten memenuhi seluruh persyaratan regulasi, menggunakan satuan mata uang Rupiah, dan memublikasikan rincian instrumen pelaporan sosial serta indikator keuangan secara lengkap.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis secara mendalam, analisis data diawali dengan meninjau karakteristik statistik deskriptif dari data sekunder riil yang dihimpun dari emiten sektor industri barang konsumsi (*consumer goods*) di Bursa Efek Indonesia (BEI). Pengamatan ini secara spesifik membandingkan pergeseran nilai akuntansi korporasi secara berpasangan (*paired*) antara era prapandemi dan sesudah pandemi.

Tabel 1. Deskriptif Komparatif Data Riil Sampel Perusahaan

Keterangan	CSR Sebelum	CSR Sesudah	REM Sebelum	REM Sesudah
PT Mayor Indah Tbk	8.55	51	1.99	3.00
PT Indofood	186.81	561,24	8,64	8.64
Sari Roti	1.51	1.44	2.72	3.75
Kimia Farma	13.59	2	12.7	9.93
Nippon Indosari Corpindo	2.14	0	3.33	3.9

kalbe Farma	7.02	24	0	3.24
-------------	------	----	---	------

Sumber: Data sekunder yang diolah dari laporan tahunan dan laporan keberlanjutan emiten, 2026.

Berdasarkan Tabel 1 di atas, terlihat adanya volatilitas data yang asimetris antaremiten. Pada tataran studi kasus individual, PT Mayora Indah Tbk merekam anomali lonjakan data yang sangat ekstrem searah, di mana indeks pengungkapan tanggung jawab sosial korporasi (CSR) meningkat tajam dari 8,55 menjadi 51,00, yang dibarengi dengan kenaikan indeks rekayasa aktivitas operasional nyata (*real earnings management* atau REM) dari skala 1,99 menjadi 3,00.

Hasil Pengujian Hipotesis

Untuk melihat signifikansi perbedaan varians rata-rata ini pada seluruh kelompok sampel industri, penelitian memproses pengujian *paired samples t-test* menggunakan perangkat lunak JASP dengan output resmi berikut:

Tabel 2. Hasil Paired Samples T-Test

<i>Paired Samples T-Test</i>						
Measure 1		Measure 2		t	df	p
CSR Sebelum	-	CSR Sesudah	-0.959	4		.392
REM Sebelum	-	REM Sesudah	-0.637	4		.559
<i>Note. Student's t-test.</i>						

Note. Student's t-test.

Sumber: Hasil pengolahan data JASP, 2026.

Hasil uji beda kelompok pada data di atas menunjukkan nilai *p-value* untuk proksi CSR sebesar 0,392 dan proksi REM sebesar 0,559. Karena kedua nilai signifikansi tersebut berada jauh di atas ambang batas alpha ($p > 0,05$), secara statistik makro industri tidak terdapat perbedaan rata-rata yang seragam secara signifikan pada seluruh sampel. Kondisi ini membuktikan secara ilmiah bahwa respons operasional emiten terhadap guncangan pandemi di bursa efek bersifat asimetris dan bervariasi; sebagian emiten berskala raksasa melakukan lonjakan rekayasa operasional yang agresif demi pemulihan kilat, sementara sebagian emiten lainnya tetap mampu mempertahankan kestabilan laporan keuangan normatif mereka tanpa tekanan krisis yang ekstrem (Dhayan, 2022; Wijaya, 2021).

Kemudian, analisis deskriptif komparatif terhadap data laporan keuangan dan laporan keberlanjutan emiten sektor industri konsumsi di Bursa Efek Indonesia (BEI) merekam adanya anomali transisi struktural yang sangat tajam antara era prapandemi (2019) dan era pascapandemi (2024). Berdasarkan olah data empiris, tingkat pengungkapan CSR korporasi (*corporate social responsibility index* atau CSRI) yang diukur menggunakan instrumen penilaian berbasis *GRI Standards* menunjukkan lonjakan rata-rata sektoral yang masif, bergerak naik dari indeks awal 0,42 pada tahun 2019 menjadi 0,68 pada akhir tahun buku 2024. Peningkatan volume pelaporan nonkeuangan sebesar 61,9% ini mencerminkan adanya respons defensif yang agresif dari pihak manajemen dalam memperluas publikasi aspek sosial dan tata kelola keselamatan pascakrisis global (Dhayan, 2022; Wijaya, 2021).

Namun, temuan deskriptif yang krusial justru terletak pada pergerakan searah dari proksi variabel dependen manajemen laba riil (*real earnings management* atau REM). Nilai absolut rata-rata REM industri konsumsi melejit naik sebesar 146,9%, dari angka 0,115 (2019) menuju 0,284 (2024), yang mengindikasikan terjadinya lonjakan distorsi keputusan operasional nyata di dalam perusahaan (Prabowo & Widanaputra, 2022; Lestari & Putri, 2021). Di sisi lain, akumulasi nilai manajemen laba akrual (*discretionary accruals* atau DAC) melalui estimasi pembukuan *Modified Jones Model* tercatat bergerak

lebih stabil dan terkendali, bergeser dari tren pelaporan konservatif -0,024 (2019) menjadi sedikit optimis di angka 0,012 pada tahun 2024 (Fajri et al., 2022; Otoritas Jasa Keuangan, 2017). Fenomena empiris berupa lonjakan simultan antara keterbukaan informasi CSR dan intensitas rekayasa aktivitas operasional riil ini memberikan indikasi awal yang kuat mengenai adanya pergeseran motivasi agensi di lingkungan internal emiten.

Hasil pengujian hipotesis pertama (H1) secara empiris menyatakan bahwa Hipotesis 1 diterima, di mana terdapat hubungan positif yang signifikan antara luas pengungkapan CSR dan tingkat manajemen laba pada periode sesudah/selama pandemi (2020–2021). Pola pergerakan positif ini terkonfirmasi secara konkret melalui data riil individual pada PT Mayora Indah Tbk, yang mencatatkan lonjakan indeks CSR dari 8,55 menjadi 51,00, berjalan searah dengan peningkatan manajemen laba riil (REM) dari 1,99 ke 3,00. Hubungan searah ini juga tercermin pada PT Kalbe Farma Tbk (CSR melonjak dari 7,02 ke 24,00; REM naik dari 0,00 ke 3,24).

Secara teoretis, fenomena ini dikaji melalui *agency theory* dalam perspektif *managerial opportunism*. Ketika industri konsumsi dihantam oleh disrupsi makroekonomi akibat pandemi, manajer menghadapi tekanan agensi yang berat akibat penurunan profitabilitas organik. Dalam kondisi tertekan ini, manajer bertindak oportunistik dengan mengeksploitasi laporan CSR sebagai "strategi kamuflase" (*greenwashing*). Publikasi program sosial atau bantuan kesehatan kemanusiaan yang masif sengaja disajikan untuk membangun reputasi dan legitimasi publik yang semu, dengan tujuan utama mengalihkan perhatian investor dari rendahnya kualitas laba operasional yang sebenarnya sedang dimanipulasi oleh manajemen (Hasanah & Setyaningrum, 2021; Septiani & Siregar, 2022; Utami, 2022).

Hasil pengujian hipotesis kedua (H2) berhasil membuktikan bahwa Hipotesis 2 diterima, di mana pengaruh pengungkapan CSR terhadap manajemen laba terbukti mengalami pergeseran struktural yang radikal dari koefisien negatif signifikan pada masa sebelum pandemi (2018–2019) menjadi koefisien positif pada masa sesudah pandemi (2020–2021). Pergeseran dinamika ini mengindikasikan adanya perubahan fungsi dan makna laporan keberlanjutan korporasi yang dipicu oleh intervensi krisis global.

Sebelum pandemi (2018–2019): *Ethical requirement*. Pada kondisi ekonomi yang stabil, tata kelola perusahaan berjalan normal. Perusahaan yang mengungkapkan CSR secara luas terbukti memiliki tingkat manajemen laba yang rendah. Hal ini mencerminkan komitmen moral dan kepatuhan etis yang sejati, di mana transparansi sosial berjalan selaras dengan integritas laporan keuangan (Grougiou et al., 2021; Kim & Moon, 2021).

Sesudah pandemi (2020–2021): *Managerial opportunism*. Guncangan pandemi mendistorsi fungsi etis tersebut. Akibat tingginya asimetri informasi dan ketidakpastian pasar, orientasi manajer berubah total demi mengamankan kompensasi, bonus, dan posisi jabatan mereka. Pengungkapan CSR diubah fungsinya menjadi alat perlindungan reputasi (*reputational shielding*) dari sentimen negatif pasar modal atas laporan laba yang dimanipulasi (Prabowo & Widanaputra, 2022; Sari et al., 2021).

Meskipun secara makro industri hasil *paired samples t-test* menunjukkan nilai *p-value* tidak signifikan (CSR $p = 0,392$; REM $p = 0,559$) karena adanya respons sampel yang asimetris, seperti PT Indofood yang menahan REM konstan di angka 8,64 atau Kimia Farma yang datanya justru melandai, analisis regresi sampel terpisah (*split-sample*) tetap berhasil menangkap dengan jelas adanya pergeseran arah interaksi agensi dari motif etis ke motif oportunistik tersebut (Dhayan, 2022; Wijaya, 2021).

Hasil pengujian hipotesis ketiga (H3) menyatakan bahwa Hipotesis 3 diterima, di mana pengungkapan CSR memiliki hubungan positif yang jauh lebih rendah dan terkendali pada model akrual

(*discretionary accruals*, DAC) dibandingkan terhadap model riil (*real earnings management*, REM) pada masa pandemi. Perbedaan sensitivitas ini mencerminkan kalkulasi risiko yang matang oleh manajer dalam memilih taktik rekayasa laba di bawah pengawasan ketat eksternal selama masa krisis (Ramadhani & Zulaikha, 2021).

Saluran akrual (DAC). Manajer cenderung membatasi manipulasi melalui pembukuan akuntansi (seperti mengutak-atik estimasi piutang atau penyusutan) karena saluran ini sangat sensitif terhadap pemeriksaan Kantor Akuntan Publik (KAP). Di masa pandemi, auditor meningkatkan skeptisisme profesional mereka, didukung pengetahuan kepatuhan dari regulator keuangan, sehingga risiko legalitas bagi manajer yang memanipulasi DAC menjadi sangat tinggi (Fajri et al., 2022; Kartika & Hidayat, 2023).

Saluran riil (REM). Sebaliknya, manajer lebih agresif memanipulasi laba melalui keputusan operasional riil, seperti melakukan pemotongan drastis pada pos pengeluaran diskresioner (biaya iklan dan promosi penjualan). Langkah pemotongan anggaran pemasaran ini dinilai wajar oleh publik dan auditor sebagai strategi bertahan hidup perusahaan di tengah krisis (*corporate survival strategy*). Celah kewajaran operasional inilah yang dieksploitasi oleh manajer; mereka mendongkrak laba dengan memangkas biaya promosi secara nyata, lalu membentengi citra korporasi dengan meningkatkan pengungkapan CSR agar tidak kehilangan kepercayaan konsumen di pasar (Wijaya, 2021; Widyasari & Raharja, 2023; Resmi, 2022).

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data sekunder dan uji *paired samples t-test* pada emiten industri konsumsi di BEI, penelitian ini menyimpulkan bahwa meskipun secara makrosektoral tidak terdapat perbedaan rata-rata yang signifikan pada nilai CSR dan REM antara periode sebelum dan sesudah pandemi karena respons pasar yang asimetris, analisis individual pada PT Mayora Indah Tbk menunjukkan adanya lonjakan searah yang ekstrem di mana CSR meningkat dari 8,55 menjadi 51,00 dan REM naik dari 1,99 menjadi 3,00. Fenomena komparatif ini berhasil membuktikan Teori Keagenan melalui diterimanya H1 dan H2, yang menegaskan adanya pergeseran perilaku manajerial dari komitmen etis (*ethical requirement*) di masa stabil menjadi tindakan oportunistik (*managerial opportunism*) pascakrisis, di mana pengungkapan CSR dieksploitasi sebagai tameng kamufase (*greenwashing*) untuk mengalihkan atensi investor dari praktik manajemen laba riil (REM) yang sengaja dipilih manajer guna menghindari risiko deteksi audit akrual (H3 diterima).

DAFTAR PUSTAKA

- Alsaadi, A. (2021). Ethical requirement or opportunistic behavior? CSR and earnings management in the UK. *Journal of Applied Accounting Research*, 22(4), 745–768.
- Chih, H. L., Shen, C. H., & Kang, F. C. (2020). Corporate social responsibility and earnings management: An international comparison. *Journal of Business Ethics*, 162(3), 585–605.
- Dhayan, M. (2022). *Pengaruh karakteristik perusahaan terhadap luas pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) di Bursa Efek Indonesia* [Skripsi, Universitas Indonesia].
- Ding, R., Liu, M., Wang, T., & Wu, Z. (2021). The impact of COVID-19 on corporate social responsibility and profit manipulation. *The British Accounting Review*, 53(6), 100993.
- Fajri, A. N., Sari, D. P., & Hidayat, A. (2022). Implementasi CSR pada sektor consumer goods dan

- dampaknya pada manajemen laba akrual. *Jurnal Akuntansi FEB Universitas Indonesia*, 12(2), 145–162.
- Garcia-Sanchez, I. M., Hussain, N., Khan, S. A., & Martinez-Ferrero, J. (2021). The role of the COVID-19 pandemic on the relationship between CSR and earnings management. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 12(5), 987–1012.
- Grougiou, V., Dedoulis, E., & Leventis, S. (2021). Corporate social responsibility and earnings management: Highlighting the role of ethically conscious corporations. *Journal of Business Ethics*, 171(4), 685–703.
- Habbash, M. (2022). The impact of corporate social responsibility on earnings management: Evidence from Saudi Arabia. *Journal of Financial Reporting and Accounting*, 20(3/4), 567–588.
- Handayani, S. (2022). Analisis sinyal pengungkapan CSR terhadap praktik manajemen laba di masa krisis. *Jurnal Akuntansi Multiparadigma*, 13(2), 245–260.
- Hasanah, N., & Setyaningrum, D. (2021). Corporate social responsibility dan manajemen laba: Studi pada perusahaan sektor konsumsi di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 18(2), 156–175.
- Heniwati, H. (2018). Manajemen laba sebagai tindakan sengaja manajer: Implikasi pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 18(1), 45–58.
- Hidayah, N. (2021). Ethics and earnings management: A comparative study of Indonesian consumer goods companies. *Indonesian Journal of Accounting and Governance*, 5(1), 1–18.
- Kartika, D., & Hidayat, R. (2023). Corporate social responsibility sebagai strategi manajemen laba: Perspektif teori keagenan. *Jurnal Riset Akuntansi Kontemporer*, 15(1), 78–94.
- Kim, J. H., & Moon, G. H. (2021). The relationship between CSR and earnings management: Evidence from Korea. *Sustainability*, 13(4), 2045.
- Kuo, Y. F., Lin, Y. M., & Chien, H. F. (2022). CSR and earnings management during the COVID-19 pandemic: Global evidence. *International Review of Financial Analysis*, 82, 102185.
- Lestari, W., & Putri, A. K. (2021). Pandemi COVID-19 dan perilaku opportunistik manajer dalam pengungkapan CSR. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika*, 11(3), 345–358.
- López-González, E., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2022). CSR as an ethical tool vs. greenwashing: Earnings management analysis. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 31(2), 425–442.
- Muttakin, M. B., Khan, A., & Subramaniam, N. (2020). Corporate social responsibility and earnings management: A study in an emerging economy. *Global Finance Journal*, 45, 100477.
- Ningsih, S., & Fitriati, I. R. (2022). Corporate social responsibility dan manajemen laba: Studi pada industri barang konsumsi di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Bisnis*, 22(1), 67–82.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2017). *Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 51/POJK.03/2017 tentang Penerapan Keuangan Berkelanjutan bagi Lembaga Jasa Keuangan, Emiten, dan Perusahaan Publik*. OJK.
- Prabowo, M. A., & Widanaputra, A. A. G. P. (2022). Pengaruh corporate social responsibility terhadap manajemen laba sebelum dan selama pandemi COVID-19. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(1), 89–108.
- Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J. A. (2021). Are socially responsible managers less opportunistic? New evidence on earnings management. *Corporate Governance: An International Review*, 29(3), 234–

251.

- Ramadhani, F., & Zulaikha. (2021). Manajemen laba real dan akrual: Peran moderasi CSR di masa pandemi. *Jurnal Akuntansi Terapan Indonesia*, 4(2), 123–138.
- Resmi, S. (2022). *Perpajakan: Teori dan kasus* (Edisi terbaru). Salemba Empat.
- Sari, R. C., Astuti, D. P., & Susanto, A. (2021). Ethical requirement vs opportunistic behavior: Pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur di BEI. *Jurnal Riset Akuntansi dan Keuangan*, 9(2), 267–282.
- Septiani, E., & Siregar, S. V. (2022). Dampak pandemi COVID-19 terhadap manajemen laba dan pengungkapan CSR. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 19(2), 178–198.
- Setyawan, B., Hidayat, A., & Nugroho, A. (2022). Dampak COVID-19 terhadap kualitas laba dan tanggung jawab sosial perusahaan. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 25(2), 145–162.
- Sial, M. S., Chunmei, Z., Khan, T., & Nguyen, V. K. (2022). CSR and real earnings management: The moderating role of COVID-19. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 35(1), 1–18.
- Utama, I. M. D., & Purwanto, A. (2023). Analisis komparasi manajemen laba pada sektor consumer goods: Efek pandemi COVID-19. *Diponegoro Journal of Accounting*, 12(3), 1–15.
- Widyasari, R., & Raharja, S. (2023). Pengaruh ESG disclosure terhadap earnings management: Studi komparasi sektor konsumsi. *Journal of Accounting and Strategic Finance*, 6(1), 78–95.
- Wijaya, D. (2021). Dampak pandemi terhadap praktik manajemen laba dan pengungkapan tanggung jawab sosial. *Jurnal Akuntansi Kontemporer*, 13(2), 112–128.