

PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP TINGKAT CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DAN NILAI PERUSAHAAN

Danang Haryudanto

Dr. Etna Nur Afri Yuyetta, SE., MSi., Akt.

FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS DIPONEGORO

ABSTRACT

This study aims to examine: (1) The effect of earnings management on the Corporate Social Responsibility (CSR) level, (2) The effect of CSR on firm value, and (3) The effect of earnings management on firm value.

This study use secondary data and the population in this study were manufacture companies listed on the Jakarta Stock Exchange (IDX) during the period 2007 to 2009. The method used in the selection of the sample in this study was purposive sampling, the method of sample selection by using certain criteria.

The results showed that there was no significant effect between the level of earnings management with CSR. Earnings management also had no significantly influence on the value of the company. But CSR levels have a significant impact and positive influence on company value.

Keywords: earnings management, corporate social responsibility, firm value

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan yang sering dijadikan sebagai dasar untuk menilai kinerja dari suatu perusahaan merupakan alat yang digunakan oleh manajemen untuk menunjukkan pertanggungjawaban kinerjanya kepada investor, kreditor, pemasok, karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah. Laporan keuangan dapat menunjukkan apakah sebuah perusahaan memiliki kinerja yang bagus atau tidak sehingga dapat membantu *stakeholder* untuk membuat keputusan (Healy and Wahlen, 1999).

Karena pentingnya laporan keuangan dalam menunjukkan kinerja perusahaan, maka banyak perusahaan yang berusaha untuk menyesatkan investor atau pemilik perusahaan dengan memanfaatkan kurangnya informasi yang diterima investor. Menurut Healy dan Palepu (1993) ada tiga alasan manajemen akan melakukan hal tersebut, yaitu : manajer memiliki lebih banyak informasi tentang strategi dan operasi bisnis yang dikelolanya, kepentingan manajer yang tidak selaras dengan investor, dan tidak sempurnanya aturan akuntansi dan audit.

Salah satu cara yang sering digunakan untuk menyesatkan pemilik perusahaan adalah dengan melakukan manajemen laba. Manajemen laba merupakan manipulasi yang paling aman karena kegiatan manajemen laba merupakan hal yang legal dan tidak melanggar prinsip akuntansi diterima umum. Walaupun legal dan terlihat aman, tetapi manajemen laba memiliki dampak yang merugikan bagi perusahaan bila perusahaan ketahuan melakukan kegiatan tersebut. Konsekuensi bila manajer melakukan manajemen laba adalah manajer dapat kehilangan reputasi, pekerjaan, dan karirnya. Konsekuensi jangka panjangnya adalah perusahaan akan kehilangan dukungan dari *stakeholder* yang berujung pada meningkatnya kewaspadaan dan kecurigaan dari *shareholder* dan *stakeholder* lainnya (Zahra *et al.*, 2005).

Untuk menghindari kecurigaan dari *stakeholder*, manajer membuat suatu kebijakan untuk ditunjukkan kepada *stakeholder* melalui praktek *corporate social responsibility* (CSR). Praktik CSR berkaitan dengan pertanggungjawaban moral yang dilakukan perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan seperti perlindungan terhadap lingkungan, manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keamanan saat bekerja, relasi dengan komunitas lokal, dan menjaga hubungan dengan pemasok dan pelanggan (Castelo and Lima, 2006).

Karena besarnya dampak dan keuntungan dari CSR, kita dapat menarik dugaan bahwa CSR tersebut digunakan untuk menutupi kekurangan manajemen perusahaan, salah satunya adalah kegiatan manajemen laba. Manajemen yang melakukan manajemen laba bisa melakukan proyek yang ramah lingkungan dan membantu masyarakat melalui CSR. Dengan taktik ini, manajer tersebut dapat mengurangi kemungkinan dipecat bila diketahui melakukan manajemen laba. Dalam hal ini, CSR digunakan sebagai *entrenchment mechanism* (Cespa and Cestone, 2007).

Penelitian ini memperluas penelitian dari penelitian Prior, dkk (2007) dengan menambah variabel nilai perusahaan untuk mengukur citra dan nilai perusahaan di mata investor. Nilai perusahaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai pasar. Variabel ini penting diteliti karena, nilai perusahaan merupakan indikator bagi pasar untuk menilai perusahaan tersebut. Variabel ini juga diprediksi akan dipengaruhi oleh perusahaan yang melakukan CSR sekaligus manajemen laba.

Ketika perusahaan mengungkapkan CSR, nilai perusahaan dapat meningkat. Hal ini dibuktikan dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zuhroh dan Putu (2003). Oleh karena itu variabel CSR oleh perusahaan yang melakukan manajemen laba diprediksi akan berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2. TELAAH TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan dan Manajemen Laba

Teori keagenan dapat menjelaskan mengapa terjadi manajemen laba. Jensen dan Meckling (1976) menjelaskan dalam teori keagenan bahwa hubungan keagenan adalah sebuah hubungan kontrak antara investor (*principal*) dengan manajer (*agent*). Manajemen yang mengetahui lebih banyak informasi dalam perusahaan dan prospek perusahaan di masa mendatang dibandingkan dengan pemilik perusahaan berkewajiban memberikan laporan mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik perusahaan dalam bentuk laporan keuangan. Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan tersebut dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba untuk menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Merchan (1989) dalam Merchan dan Rockness (1994) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan. Copeland (1968) juga mendefinisikan manajemen laba sebagai “*some ability to increase or decrease reported net income at will*”.

2.1.2 Corporate Social Responsibility (CSR)

CSR didefinisikan oleh Ebert (2003) dalam Rosmasita (2007) sebagai suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok maupun individu di dalam lingkungan perusahaan tersebut yang termasuk di dalamnya yaitu pelanggan, perusahaan lain, karyawan, dan investor. Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan yang dikeluarkan oleh perusahaan umumnya bersifat sukarela, belum diaudit, dan tidak dipengaruhi peraturan tertentu. Dalam laporan tahunan tersebut CSR biasanya masuk dalam bagian *sustainability reporting*. *Sustainability reporting* adalah pelaporan pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*) mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan, sosial, kinerja organisasi dan pengaruh produknya di masyarakat.

2.1.3 Nilai Perusahaan

Dalam penelitian ini yang dimaksud sebagai nilai perusahaan adalah nilai pasar. Bila nilai saham perusahaan di pasar modal meningkat maka tingkat kemakmuran pemegang saham juga akan meningkat. Oleh karena itu, pemegang saham akan menyerahkan pengelolaannya kepada pihak profesional, dalam hal ini manajemen perusahaan untuk mencapai nilai perusahaan yang maksimum. (Nurlela dan Islahudin, 2008).

Wahyudi (2005) dalam Nurlela dan Islahuddin (2008) menyatakan bahwa nilai perusahaan atau dikenal juga sebagai *enterprise value* (EV) atau *firm value* merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli seandainya perusahaan tersebut dijual. Sedangkan Samuel (2000) dalam Nurlela dan Islahudin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan konsep penting bagi investor, karena merupakan indikator bagi pasar menilai perusahaan secara keseluruhan.

Tujuan manajemen keuangan pada dasarnya adalah untuk memaksimalkan nilai perusahaan. Jika perusahaan berjalan lancar maka nilai saham akan meningkat dan nilai hutang perusahaan dalam bentuk obligasi tidak terpengaruh sama sekali. Dapat disimpulkan bahwa nilai saham dapat menjadi patokan yang tepat untuk mengukur tingkat efektifitas perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini antara lain :

Penelitian yang dilakukan oleh Diego Prior, Jordi Surroca, dan Josep A. Tribo. Mereka meneliti tentang hubungan antara manajemen laba dengan CSR pada perusahaan yang masuk dalam database milik SiRi (Sustainable Investment Research International Company). Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan *stakeholder* melalui kebijakan CSR. Hasil dari penelitian mereka adalah ada pengaruh positif dan signifikan antara manajemen laba dengan CSR.

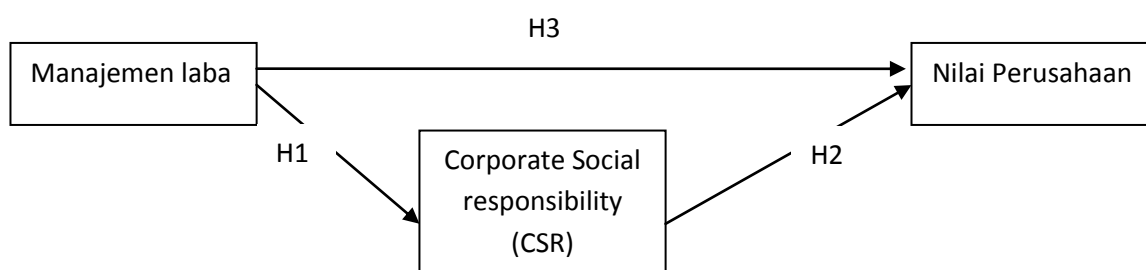
Nurlela dan Islahudin (2008) yang meneliti tentang pengaruh antara CSR terhadap nilai perusahaan dengan kepemilikan manajemen sebagai variabel moderating. Mereka mengambil sampel dari perusahaan non-keuangan yang terdaftar di BEJ (sekarang BEI) selama tahun 2005 berjumlah 340 perusahaan. Setelah dianalisis ternyata hanya menggunakan 41 perusahaan di dalam penelitian mereka. Hasil penelitian mereka menunjukkan bahwa CSR, prosentase kepemilikan, serta interaksi antara CSR dengan

prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

Penelitian oleh Viola Herawaty (2008) tentang peran praktek *corporate governance* sebagai *moderating variable* dari pengaruh *earning management* terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.3 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan uraian sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan menjadi kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Manajemen laba terhadap CSR

Manajemen laba yang didefinisikan oleh Copeland (1968) sebagai, “*some ability to increase or decrease reported net income at will*” berarti kemampuan manajemen untuk meningkatkan atau mengurangi laba bersih yang dilaporkan sesuka hati. Hal ini dapat dilakukan dengan memanfaatkan perbedaan informasi yang diterima oleh manajemen dan pemilik perusahaan. Dalam teori keagenan yang dijelaskan oleh Anthony dan Govindarajan (1995), hubungan *principal* (pemilik perusahaan) dengan *agent* (manajer) adalah *principal* memperkerjakan *agent* agar melakukan tugas untuk kepentingan *principal*. Dalam teori ini *principal* dan *agent* memiliki tujuan yang berbeda sehingga terjadi konflik kepentingan. Pihak pemilik perusahaan tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja manajer dan keadaan perusahaan, sedangkan manajer sendiri memiliki informasi yang cukup banyak

tentang keadaan perusahaan. Dengan didorong oleh kepentingannya sendiri, akhirnya manajer dapat memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba yang membuat laporan keuangan yang dilaporkan saat itu tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Sebagai konsekuensinya, pemilik perusahaan tidak dapat membuat keputusan investasi secara optimal.

Ketika pemilik perusahaan atau *shareholder* menemukan indikasi terjadinya manajemen laba di dalam perusahaannya, maka nilai perusahaan langsung turun drastis di dalam pasar saham (Dechow and Sweeney, 1996). Tentu saja hal tersebut akan berdampak sangat serius terhadap pemilik perusahaan dan *stakeholder* yang lainnya. Ketika hal tersebut terjadi, maka *stakeholder* akan melakukan aksi yang akan mengancam keberadaan manajemen.

Usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dan lingkungan sosial masyarakat, dalam hal ini corporate social responsibility (CSR). Untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut, kegiatan CSR yang biasa dilakukan adalah : memasukkan aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif, meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan melalui kegiatan daur ulang dan pengurangan polusi dan limbah, atau dengan mempercepat tujuan dari organisasi masyarakat (McWilliams *et al.*, 2006).

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prior, dkk (2007), mereka menyatakan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan *stakeholder* melalui kebijakan CSR.

Manajer percaya bahwa dengan memenuhi kepuasan *stakeholder* dan mewujudkan kesan yang baik terhadap lingkungan dan sosial maka kecurigaan dan kewaspadaan dari *stakeholder* dapat dikurangi sehingga kemungkinan untuk diamati oleh *stakeholder* yang sudah puas juga dapat dikurangi.

Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H1 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap tingkat CSR.

2.4.2 Pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan

Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan (*sustainable*). Tujuan tersebut dapat tercapai bila perusahaan memperhatikan dimensi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dalam CSR penerapan dimensi tersebut mutlak dilakukan sebagai pertanggungjawaban dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas suatu perusahaan maka tingkat pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan juga semakin tinggi (Bowman & Harie dan Preston, 1976, dalam Hackston & Milne, 1996, dalam Anggraini, 2006).

Dalam survei yang dilakukan oleh Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 dalam Sutopoyudo (2009) menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen akan meninggalkan produk dari perusahaan yang mempunyai citra buruk. Sebenarnya dalam melaksanakan CSR, perusahaan akan mendapatkan banyak keuntungan, antara lain perusahaan akan diminati investor dan mendapat dukungan dari aktivis maupun masyarakat.

Dalam penelitian terdahulu, Zuhroh dan Putu (2003) menyatakan bahwa pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan *go public* berpengaruh terhadap nilai saham perusahaan yang termasuk dalam perusahaan *high profile*. Dari hasil penelitian itu dapat dikatakan bahwa investor langsung merespons dengan baik setiap informasi-informasi sosial yang ditunjukkan perusahaan dalam laporan tahunan.

Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H2 : Tingkat CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

2.4.3 Pengaruh Manajemen Laba terhadap nilai perusahaan

Para pemegang saham atau pemilik perusahaan hanya bisa mengandalkan laporan dari manajemen perusahaan untuk mengetahui keadaan perusahaannya. Sedangkan manajer sebagai pengelola perusahaan mengetahui lebih banyak informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang sehingga menimbulkan kesenjangan informasi. Kondisi ini sering disebut sebagai asimetri informasi (Jensen dan Meckling, 1976). Karena adanya asimetri informasi inilah pemilik perusahaan tidak dapat mengetahui kondisi perusahaan yang sebenarnya sehingga manajemen perusahaan memiliki kesempatan untuk melakukan manajemen laba. Pada dasarnya manajer melakukan manajemen laba untuk meningkatkan nilai perusahaan. Kegiatan ini sebenarnya dapat meningkatkan nilai perusahaan pada periode tertentu tapi juga dapat menurunkan nilai perusahaan di masa mendatang.

Manajemen laba yang dilakukan manajer dilakukan dengan cara intervensi pada penyusunan laporan keuangan berdasarkan akuntansi akrual pada faktor fundamental perusahaan. Pada akhirnya laporan keuangan tersebut akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan yang selanjutnya akan mempengaruhi kinerja saham (Haris, 2004).

Atas dasar tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah :

H3 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.1.1 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari variabel dependen dan independen. Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel yang lain sedangkan variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel independen.

Pada hipotesis pertama, penelitian ini menggunakan tingkat CSR sebagai variabel dependendan manajemen laba sebagai variabel independennya. Sementara pada hipotesis kedua dan ketiga, variabel dependennya adalah nilai perusahaan dan variabel independen yang digunakan adalah manajemen laba dan tingkat CSR. Adapun definisi operasional dari masing-masing variabel akan diuraikan sebagai berikut.

3.1.2 Definisi Operasional Variabel

3.1.2.1 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) dalam penelitian ini digunakan sebagai variabel dependen pada hipotesis pertama dan sebagai variabel independen pada hipotesis kedua..CSR adalah suatu usaha perusahaan untuk menyeimbangkan komitmennya terhadap kelompok maupun individu di dalam lingkungan perusahaan tersebut yang termasuk di dalamnya yaitu pelanggan, perusahaan lain, karyawan, dan investor (Ebert, 2003).

Karena masih sedikit perusahaan di Indonesia yang melaporkan kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungannya dalam bentuk *sustainability reporting*, maka data variabel CSR yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan dan dihitung dengan menggunakan *CSR disclosure Index* (CSRI). Pengukuran CSRI dalam penelitian ini akan mengikuti standar GRI (*Global Reporting Initiative*). Indikatornya adalah sebagai berikut :

- a. Indikator Kinerja Ekonomi
- b. Indikator Kinerja Lingkungan
- c. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
- d. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
- e. Indikator Kinerja Sosial/Kemasyarakatan
- f. Indikator Kinerja Produk

Dalam penelitian ini, kategori indikator yang digunakan adalah indikator kinerja ekonomi, lingkungan, dan sosial. Kategori indikator kinerja sosial mencakup indikator kinerja tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial/kemasyarakatan, dan produk.

Untuk menghitung CSRI dilakukan dengan cara menghitung dari setiap item CSR dalam instrumen penelitian. Setiap item diberi nilai 1 bila diungkapkan dan 0 bila tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005). Kemudian skor tersebut dijumlah dan dibagi dengan jumlah item dari setiap jenis perusahaan. Rumus perhitungan CSRI adalah sebagai berikut: (Haniffa et al, 2005)

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

$CSRI_j$: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, $n_j \leq 78$

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

Dengan demikian, $0 \leq CSRI_j \leq 1$

3.1.2.2 Nilai Perusahaan

Nilai perusahaan digunakan sebagai variabel dependen pada hipotesis kedua dan ketiga. Nilai perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai nilai pasar. Wahyudi (2005) dalam Nurlala dan Islahuddin (2008) menyebutkan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli seandainya perusahaan tersebut dijual.

Nilai perusahaan ini dihitung dengan menggunakan model Tobin's Q. Rasio yang dikembangkan oleh James Tobin (1967) ini menunjukkan estimasi pasar keuangan saat ini. Bila rasio Q di atas satu maka hal ini menunjukkan bahwa investasi dalam aktiva akan menghasilkan laba yang memberikan nilai yang lebih tinggi dari pengeluaran investasi, hal ini akan menarik investasi baru. Sedangkan bila rasio Q di bawah satu maka investasi dalam perusahaan tersebut tidak menarik (Herawaty, 2008).

Penghitungan nilai perusahaan menggunakan rumus :

$$q = \frac{(EMV + D)}{(EBV + D)}$$

Keterangan :

Q = nilai perusahaan

EMV = nilai pasar ekuitas (EMV = closing price x jumlah saham yang beredar)

Closing price (harga penutupan saham) adalah harga saham yang diperoleh pada saat penutupan perdagangan pada akhir periode perdagangan di bursa saham.

D = nilai buku dari total hutang

EBV = nilai buku dari total aktiva

3.1.2.3 Manajemen Laba

Variabel independen yang akan digunakan pada hipotesis pertama dan ketiga dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Merchan (1989) dalam Merchan dan Rockness (1994) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan.

Manajemen laba dalam penelitian ini dideteksi menggunakan model *modified Jones* (1991) dengan proksi akrual diskresioner (*discretionary current accrual*). Model *modified Jones* (1991) digunakan dalam penelitian ini karena dianggap model paling baik dalam mendeteksi manajemen laba.

Langkah-langkah perhitungannya adalah sebagai berikut:

1. Mencari nilai a_1 , a_2 dan a_3

Perhitungan a_1 , a_2 dan a_3 dilakukan dengan teknik regresi. Regresi ini adalah untuk mendeteksi adanya *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*.

2. Menghitung *Discretionary Accruals* (DA)

Perhitungan *Discretionary Accruals* (DA) dilakukan dengan memasukkan nilai a_1 , a_2 dan a_3 yang diperoleh dari regresi. Perhitungan dilakukan untuk seluruh sampel perusahaan pada masing-masing periode. Untuk perhitungan selanjutnya, nilai DA yang digunakan adalah nilai absolut dari DA.

Dalam mencari *discretionary accruals*, harus dicari total akrual perusahaan terlebih dahulu dengan persamaan sebagai berikut :

$$TA_{it} = NI_{it} - OCF_{it}$$

Keterangan:

TA_{it} : Total akrual perusahaan i pada tahun ke t .

NI_{it} : Laba bersih sebelum pos luar biasa perusahaan i pada tahun ke t .

OCF_{it} : Aliran kas operasi perusahaan i pada tahun ke t .

Dalam model *modified Jones* (1991) total akrual perusahaan dibagi dua, yaitu *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*. Untuk menghitung *discretionary accruals* dapat menggunakan persamaan berikut :

$$TA_{it} = NDA_{it} + DA_{it}$$

$$NDA_{it} = \alpha_1 (1/A_{it-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it} / A_{it-1}) + \alpha_3 (PPE_{it} / A_{it-1})$$

$$TA_{it} / A_{it-1} = \alpha_1 (1/A_{it-1}) + \alpha_2 (\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it} / A_{it-1}) + \alpha_3 (PPE_{it} / A_{it-1}) + \varepsilon$$

Keterangan:

TA_{it} : Total akrual perusahaan i pada tahun ke t .

A_{it} : total aktiva perusahaan i pada tahun ke $t-1$

ΔREV_{it} : perubahan pendapatan perusahaan i pada tahun ke t

ΔREC_{it} : perubahan perusahaan i pada tahun ke t

PPE_{it} : aktiva tetap perusahaan i pada tahun ke t

ε_{it} : *error term* perusahaan i pada tahun ke t

3.2 Populasi dan Sampel Penelitian

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi penelitian adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. Hal ini dilakukan dengan alasan perusahaan manufaktur biasanya banyak melakukan kegiatan CSR dan pengaruhnya terhadap lingkungan sekitarnya lebih besar daripada jenis perusahaan lain.

Sedangkan periode waktu yang digunakan dalam penelitian ini adalah periode tahun 2007 sampai 2009 dengan alasan pada tahun tanggal 20 Juli 2007 telah dikeluarkan UU PT tentang diwajibkannya CSR bagi Perseroan Terbatas. Penelitian ini menganggap CSR yang dikeluarkan pada tahun sebelum 2007 tidak sesuai kriteria penelitian.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel yang dipilih menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang sesuai dengan variabel penelitian. Kriteria sampel yang akan digunakan yaitu :

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI untuk tahun 2007 – 2009.
2. Menyediakan laporan tahunan yang lengkap selama tahun 2007 – 2009.
3. Memiliki data yang lengkap berkaitan dengan variabel yang akan digunakan dalam penelitian ini.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu data yang diperoleh dengan cara mengambil dari pihak ketiga yang telah mengumpulkan datanya terlebih dahulu. Data diperoleh dari pojok BEI UNDIP. Sedangkan sumber data yang digunakan yaitu laporan tahunan perusahaan periode tahun 2007 – 2009 dan data ICMD tahun 2009 dan 2010.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan menelusuri laporan tahunan perusahaan yang terpilih menjadi sampel. Data dalam laporan tahunan ditelusuri dengan menggunakan instrumen penelitian berupa *check list* pengungkapan pertanggungjawaban sosial. Sedangkan dari data ICMD dicari nilai saham perusahaan dari tahun sebelum 2007 untuk dicari nilai perusahaan dan data untuk mengukur tingkat manajemen labanya per tahun.

3.5 Metode Analisis

3.5.1 Uji Asumsi Klasik

Tujuan pengujian asumsi klasik ini adalah untuk menguji dan mengetahui kelayakan atas model regresi yang digunakan dalam penelitian ini. Pengujian ini juga digunakan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan di dalam model ini benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala autokorelasi. Serta untuk memastikan bahwa data yang dihasilkan berdistribusi normal (Ghozali, 2005).

Proses pengujian asumsi klasik dilakukan bersama dengan proses uji regresi sehingga langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian asumsi klasik menggunakan langkah kerja yang sama dengan uji regresi.

3.5.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas ini memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam suatu model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Sebagai contoh diketahui bahwa uji t dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Bila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah sampel yang kecil (Ghozali, 2005).

Uji normalitas dengan menggunakan grafik dapat menyesatkan bila tidak hati-hati, secara visual kelihatan normal, padahal secara statistik bisa sebaliknya (Ghozali, 2005). Oleh sebab itu selain uji grafik dianjurkan untuk melengkapinya dengan uji statistik. Salah satu uji statistik yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2005). Uji Kolmogorov-Smirnov dilakukan dengan membuat hipotesis :

H_0 : Data residual berdistribusi normal

H_a : Data residual tidak berdistribusi normal

3.5.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Dalam Uji Asumsi Klasik, Uji Heteroskedastisitas ini digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2005). Jika varian dan residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas sedangkan jika berbeda maka disebut Heteroskedastisitas. Model yang baik adalah Homoskedastisitas.

Uji Heteroskedastisitas dengan metode grafik biasa dipergunakan walaupun dapat menimbulkan bias. Hal ini dikarenakan oleh perbedaan pengamatan antara pengamat satu dengan pengamat yang lain sehingga dapat menimbulkan perbedaan persepsi. Oleh karena itu, penggunaan uji statistik diharapkan dapat menghilangkan unsur bias tersebut. Salah satu uji statistik yang biasa dipergunakan adalah Uji Glejser.

Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan variabel bebas terhadap nilai absolut residualnya (Gujarati, 2003). Untuk melakukan Uji Glejser harus mendapatkan nilai *residual unstandardized* dari persamaan regresi awal dulu. Jika variabel bebas signifikan mempengaruhi variabel terikat (atau F hitung) berarti ada Heteroskedastisitas.

3.5.1.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi adalah untuk melihat apakah terjadi korelasi antara suatu periode t dengan periode sebelumnya ($t - 1$). Secara sederhana adalah bahwa analisis regresi adalah untuk melihat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat, jadi tidak boleh ada korelasi antara observasi dengan data observasi sebelumnya (Ghozali, 2005).

3.5.2 Analisis Deskriptif

Untuk analisis deskriptif menggunakan statistik deskriptif yang digunakan untuk mengetahui tingkat pengungkapan CSR, manajemen laba, dan nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur di BEI. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, *mean*, dan *standard deviation*.

3.5.3 Analisis Regresi

Dalam penelitian ini terdapat dua model regresi yang akan dianalisis, yaitu :

Model pertama adalah model pengaruh antara manajemen laba terhadap CSR dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana (*simple regression analysis*) dengan persamaan sebagai berikut:

$$CSR = a + b_1 \text{ Manajemen laba} + e$$

Model kedua dalam penelitian ini adalah mencari pengaruh antara manajemen laba dan CSR terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan analisis regresi linear berganda (*multiple regression analysis*) dengan persamaan sebagai berikut:

$$\text{Nilai perusahaan} = a + b_1 \text{ Manajemen laba} + b_2 \text{ CSR} + e$$

Keterangan :

a = Konstanta

b_1, b_2 = Koefisien regresi

e = Error term, yaitu tingkat kesalahan penduga dalam penelitian

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Pada dasarnya analisis regresi adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependen dengan variabel independen dengan tujuan untuk memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai variabel yang diketahui (Gujarati, 2003 dalam Ghozali, 2005).

Dengan menggunakan Goodnes of fit, ketepatan fungsi regresi sampel dalam menaksir nilai aktual dapat diukur. Setidaknya hal ini dapat diukur dari nilai koefisien determinasi, nilai statistik F, dan nilai statistik t. Penghitungan statistik tersebut akan disebut signifikan secara statistik bila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah H_0 ditolak). Dan sebaliknya bila nilai uji statistiknya berada di dalam daerah H_0 diterima akan disebut tidak signifikan (Ghozali, 2005).

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi pada dasarnya untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variabel dependen (Ghozali, 2005).

2. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)

Uji statistik t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen, secara individual, dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2005).

3. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji statistik F digunakan untuk menguji apakah model regresi yang digunakan cocok atau tidak (Ghozali, 2005).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Objek Penelitian

Obyek dari penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang *go public* di Bursa Efek Indonesia (BEI) dan mengeluarkan laporan tahunan berturut-turut selama periode 2007 – 2009 serta memiliki data yang lengkap. Dari kriteria tersebut didapat 37 perusahaan. Berikut ini merupakan rincian prosedur pemilihan sampel :

Tabel 4.1
Prosedur Pemilihan Sampel

Keterangan	Jumlah Perusahaan
Jumlah perusahaan manufaktur yang mengeluarkan laporan tahunan dan mengungkap CSR berturut-turut selama periode tahun 2007 – 2009	39
Perusahaan datanya tidak lengkap	2
Terpilih sebagai sampel	37
	Jumlah Observasi
Periode 2007-2009 37 perusahaan x 3 tahun	111 observasi

Sumber: *Indonesian Capital Market Directory (ICMD)* dan *Bursa Efek Indonesia (BEI)*

4.1.1 Uji F

Uji F (uji simultan) adalah untuk melihat pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2005) yaitu Manajemen laba. Berikut adalah nilai F hitung dalam penelitian ini:

Tabel 4.16
Uji F Model 1

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.016	1	.016	.172	.679 ^a
	Residual	9.980	109	.092		
	Total	9.996	110			

a. Predictors: (Constant), Manajemen laba

b. Dependent Variable: LN_CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2011 (Lampiran O)

Tabel 4.17
Uji F Model 2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.592	2	2.296	5.675	.005 ^a
	Residual	43.290	107	.405		
	Total	47.882	109			

a. Predictors: (Constant), LN_CSR, Manajemen laba

b. Dependent Variable: LN_NILAI

Sumber: Data sekunder diolah, 2011 (Lampiran P)

Tampak bahwa nilai F hitung model 1 adalah sebesar 0,172 dengan taraf signifikansi sebesar 0,679. Nilai signifikansi adalah di atas 0,10 menunjukkan bahwa variabel manajemen laba tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap CSR. Model 2 memberikan nilai F sebesar 5,675 dengan signifikansi sebesar 0,005 yang menunjukkan bahwa manajemen laba dan CSR secara serempak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan.

4.1.2 Uji Hipotesis

Uji t (parsial) adalah untuk melihat pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikatnya (Ghozali, 2005). Berikut adalah hasil perhitungan nilai t hitung dan taraf signifikansinya dalam penelitian ini:

Tabel 4.18
Uji Hipotesis 1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.648	.033		79.468	.000
	Manajemen laba	-.011	.027	-.040	-.415	.679

a. Dependent Variable: LN_CSR

Sumber: Data sekunder diolah, 2011 (Lampiran O)

Tampak bahwa nilai t hitung adalah negatif (-0,415) dengan signifikansi sebesar 0,679 ($> 0,10$). Dengan demikian tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen laba terhadap CSR. Dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa '*Manajemen laba berpengaruh positif terhadap tingkat CSR.*' ditolak.

Pengujian hipotesis 2 dan 3 berdasarkan model 2 dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Tabel 4.19
Uji Hipotesis 2 dan 3

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.774	.538		-3.296	.001
	Manajemen laba	.043	.058	.069	.746	.458
	LN_CSR	.668	.201	.305	3.313	.001

a. Dependent Variable: LN_NILAI

Sumber: Data sekunder diolah, 2011 (Lampiran P)

Nilai t hitung untuk CSR adalah positif sebesar 3,313 dengan signifikansi sebesar 0,001 ($< 0,10$). Dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa '*Tingkat CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*' diterima.

Nilai t hitung untuk manajemen laba adalah positif sebesar 0,746 dengan signifikansi sebesar 0,458 ($> 0,10$). Dengan demikian tidak terdapat pengaruh antara manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa '*Manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan*' ditolak.

4.2 Pembahasan

Pengujian hipotesis 1 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah manajemen laba berpengaruh terhadap CSR. Pada tabel 4.18 terlihat bahwa nilai t hitung adalah negatif (-0,415) dengan probabilitas signifikansi sebesar 0,679 berada lebih tinggi dari $\alpha = 0,10$. Dapat disimpulkan bahwa manajemen laba tidak mempengaruhi tingkat CSR secara signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama dalam penelitian ini ditolak.

Hasil penelitian ini bertentangan dengan penelitian yang dilakukan oleh Prior, dkk (2007) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat CSR. Dalam penelitiannya Prior, dkk (2007) menjelaskan bahwa manajer yang melakukan manajemen laba akan terdorong untuk melaksanakan kegiatan CSR sehingga dapat mengurangi kemungkinan dipecat atau diambil alih posisinya oleh orang lain bila diketahui melakukan manajemen laba.

Tidak ada pengaruh signifikan antara manajemen laba dengan tingkat CSR antara lain disebabkan oleh masih banyak perusahaan di Indonesia yang tergolong perusahaan ekonomis. Seperti yang dijelaskan Suharto (2007), perusahaan ekonomis adalah perusahaan yang memiliki laba yang tinggi tapi anggaran CSR-nya rendah. Dengan demikian masih banyak perusahaan di Indonesia yang belum memanfaatkan kegiatan CSR secara maksimal baik untuk tujuan pemberdayaan maupun sebagai sarana promosi yang ampuh sehingga belum ada keinginan atau ide untuk menggunakan CSR sebagai *entrenchment mechanism*. CSR masih dianggap tidak begitu penting sehingga tidak dilirik dan dipelajari.

Oleh karena itu tingkat pengungkapan CSR di Indonesia masih belum begitu lengkap bila dibandingkan dengan pengungkapan CSR pada perusahaan-perusahaan di Eropa (tempat Prior,dkk melakukan penelitian). Hal ini dibuktikan dengan masih banyak *checklist* yang tidak terisi pada tabel CSRI bila semua indikator dari standar GRI (*Global Reporting Initiative*) digunakan dalam penelitian ini. Misalnya pada indikator Hak Asasi Manusia (HAM) yang masih sedikit terisi, padahal pemenuhan hak-hak asasi pekerja (berkaitan dengan kontrak kerja, kebebasan berpendapat, dan lain-lain) dan hak-hak masyarakat di lingkungan sekitar perusahaan lebih sering dilakukan oleh manajer sebagai *entrenchment mechanism*(Prior, 2007).

Pengujian hipotesis 2 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tabel 4.19 menunjukkan nilai t hitung untuk CSR adalah positif sebesar 3,313 dengan signifikansi probabilitas sebesar 0,001 berada lebih rendah dari $\alpha = 0,10$. Hal ini mengindikasikan bahwa CSR dapat mempengaruhi nilai perusahaan.

Pada tabel 4.19 tingkat CSR memberikan nilai koefisien positif 0,668. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat CSR maka juga dapat meningkatkan nilai perusahaan. Berdasarkan hasil analisis tersebut maka hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan sehingga hipotesis kedua dapat diterima.

Kegiatan CSR dapat meningkatkan nilai perusahaan karena dengan adanya kegiatan CSR maka para investor akan merespon secara positif sehingga akan banyak investor yang akan berinvestasi pada perusahaan tersebut yang menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Etty Murwaningsari (2009) yang menemukan bahwa tingkat CSR berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Semakin tinggi tingkat CSR maka semakin tinggi juga nilai perusahaan.

Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Zuhroh dan Putu (2003) yang menyatakan bahwa pengungkapan sosial di dalam laporan tahunan perusahaan yang *go public* dapat mempengaruhi volume perdagangan saham. Hal ini berarti investor sudah menanggapi informasi sosial yang disampaikan perusahaan dalam laporan tahunannya dengan baik. Sehingga dengan semakin luasnya pengungkapan sosial di dalam laporan tahunan tersebut dapat memberikan pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Pengujian hipotesis 3 dalam penelitian ini adalah untuk menguji apakah manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Tabel 4.19 menunjukkan nilai t hitung untuk manajemen laba adalah positif sebesar 0,746 dengan signifikansi probabilitas sebesar 0,458 berada lebih tinggi dari $\alpha = 0,10$. Hal ini mengindikasikan bahwa manajemen laba tidak memiliki dampak yang signifikan terhadap nilai perusahaan.

Hasil penelitian tidak sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Herawaty (2008) yang menyebutkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Lebih lanjut Herawaty (2008) mengatakan bahwa tindakan manajemen laba yang dilakukan manajer dapat berdampak secara langsung pada kelangsungan hidup perusahaan.

Alasan yang dapat menjelaskan hubungan yang tidak signifikan antara manajemen laba dan nilai perusahaan pada penelitian ini adalah jika dilihat dari objek penelitian perusahaan sampel, rata-rata perusahaan dalam penelitian ini memiliki tingkat manajemen laba yang rendah yaitu sebesar 0,618574. Hasil ini dianggap rendah karena memiliki rata-rata di bawah satu.

Rendahnya rata-rata tingkat manajemen laba dalam penelitian ini berkaitan dengan hasil dari hipotesis pertama yang variabel manajemen labanya memiliki koefisien negatif (-0,11). Hal ini berarti bila tingkat manajemen laba rendah maka tingkat CSR akan tinggi, begitu juga sebaliknya, walaupun tidak berpengaruh secara signifikan. Dari pemilihan sampel perusahaan yang mengungkap CSR ternyata memiliki tingkat manajemen laba yang rendah sehingga hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan tidak signifikan.

5. KESIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka berikut adalah kesimpulan yang dapat diberikan:

1. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen laba terhadap CSR. Dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini ditolak.
2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini ditolak.
3. Terdapat pengaruh positif yang signifikan antara CSR terhadap nilai perusahaan. Dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian ini diterima.

5.2 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini hanya menggunakan sampel perusahaan yang masuk pada kategori manufakturing. Dengan menggunakan sampel penelitian yang lebih banyak, dimungkinkan ada hasil yang berbeda dengan hasil penelitian ini.
2. Penelitian ini hanya menggunakan periode tiga tahun terakhir. Dengan menggunakan periode yang lebih panjang dimungkinkan adanya hasil yang berbeda dengan hasil penelitian ini.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat disampaikan beberapa saran yaitu sebagai berikut:

1. Disarankan untuk merancang suatu peraturan yang mencegah atau membatasi manajer dalam melakukan tindakan manajemen laba. Peraturan tersebut dapat dimuat pada Peraturan Standar Akuntansi Keuangan di Indonesia. Dengan adanya peraturan tersebut, diharapkan praktik manajemen laba di Indonesia dapat dikurangi. Peraturan tersebut misalnya ketentuan untuk menampilkan laporan keuangan ganda bagi perusahaan yang melakukan perusahaan sistem akuntansi dalam perusahaannya. Dengan demikian para pengguna laporan keuangan berdasarkan sistem baru tidak menimbulkan bias bagi *stake holder*.
2. Disarankan untuk melakukan penelitian serupa dengan menggunakan sampel perusahaan yang lebih banyak, sehingga lebih mampu mewakili kondisi BEI secara general. Selain itu, disarankan juga untuk melakukan penelitian lain dengan menggunakan periode yang lebih lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. R. R. 2006. Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan. Simposium Nasional Akuntansi IX. Padang. 23-26 Agustus.
- Anthony, R.N. dan Govindarajan, *Management Control System*, 9th Edition, 1998.
- Basamalah, Anies S., and Johnny Jermias (2005), "Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?", *Gadjah Mada International Journal of Business*, January-April 2, Vol. 7, No. 1, pp. 109 – 127.
- Castelo, M. and Lima, L. (2006) Corporate Social Responsibility and Resource based Perspectives, *Journal of Business Ethics*, 69, 111-132.
- Clarkson, M. (1995) A Stakeholder Framework for Analyzing and Evaluating Corporate Social Performance, *Academy of Management Review*, 20, 92-117.
- Copeland, R.M. 1968. "Income Smoothing, *Journal of Accounting Research*", *Empirical Research in Accounting, Selected studies 6 (Supplement): 101-116*
- Dechow, P. and Sweeney, A. (1996) Causes and Consequences of Earnings Manipulation: An Analysis of Firms Subject to Enforcement Actions by the SEC, *Contemporary Accounting Research*, 13, 1-36.
- Eisenhardt, Kathleem. M. (1989). *Agency Theory: An Assesment and Review*. *Academy of management Review*, 14, hal 57-74
- Fombrun C, Gardberg N. and Barnett M. (2000) Opportunity Platforms and Safety Nets: Corporate Citizenship and Reputational Risk. *Business and Society Review*, 105, 85-106.
- Ghozali, Imam. 2006. Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Edisi Ke 4. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang.
- Haniffa, R.M., dan T.E. Cooke (2005), "The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting", *Journal of Accounting and Public Policy* 24, pp. 391-430.
- Haris Wibisono. (2004). Pengaruh Earnings Management Terhadap Kinerja Di Seputar SEO. Tesis S2. Magister Sains Akuntansi UNDIP. Tidak dipublikasikan
- Healy P.M and K.G Palepu. 1993. "The Effect of Firms' Financial Disclosure Strategies on Stock Prices", *Accounting Horizons*, Vol 7 No.1, March 1993:1-11 , American Accounting Association.
- Healy, P.M. and Wahlen, J.M. (1999) A Review of the Earnings Management Literature and Its Implications for Standard Setting, *Accounting Horizons*, 13, 365-383.

- Irfan, A. (2002). “Pelaporan Keuangan dan Asimetri Informasi dalam Hubungan Agensi”. *Lintasan Ekonomi Vol. XIX. No.2. Juli 2002*
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling. (1976). *Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure*. *Journal of Financial Economics* 3. hal. 305-360.
- Ma'ruf, M. 2006. “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan Go Publik di Bursa Efek Jakarta”. Universitas Islam Indonesia.
- McWilliams, A., Siegel, D.S. and Wright, P.M. (2006) Corporate Social Responsibility: Strategic Implications, *Journal of Management Studies*, 43, 1-18.
- Merchant, K.A. dan Rockness, J. *The Ethics of Managing Earnings: an Empirical Investigation*, *Journal of Accounting And Economics*, 1994.
- Nurlela, R., dan Islaudin, 2007. “Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Nilai Perusahaan dengan Prosentasi Kepemilikan Manajemen Sebagai Variabel Moderating”. Universitas Syah Kuala.
- Prior, D., J., Surroca, dan J.A., Tribo. 2007. “Earnings Management and Corporate social Responsibility”. *Departamento de Economía de la Empresa, Universidad Carlos III de Madrid*.
- Rosmasita, H. 2007. “Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) Dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta”. Skripsi tidak dipublikasikan. Universitas Islam Indonesia.
- Rosmatika, H. 2007. “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Sosial (Social Disclosure) dalam Laporan Keuangan Tahunan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Jakarta”. Universitas Islam Indonesia.
- Sugiri, S., 1998. *Earnings Management: Teori, Model, dan Bukti Empiris*, Telaah,
- Suharto, Edi, 2007. *Corporate Social Responsibility : What is and Benefit for Corporate*. <http://www.policy.hu/suharto>. Diakses tanggal 23 Maret 2010.
- Sutopoyudo. 2009. Pengaruh Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. Sutopoyudo's Weblog at <http://www.wordpress.com>. Diakses tanggal 29 Oktober 2010.
- Utami, W. 2005. “Pengaruh Manajemen Laba terhadap Biaya Modal Ekuitas (Studi pada Perusahaan Publik Sektor Manufaktur)”. Universitas Mercu Buana.
- Wahidahwati. 2002. Pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Kepemilikan Institusional pada Kebijakan Utang Perusahaan : Sebuah Perspektif Teori Agensi. *JRAI, Volume 5 Nomor 1. Januari : 1-16*.
- Zahra, S.A., Priem, R.L. and Rasheed, A.A. (2005) The Antecedents and Consequences of Top Management Fraud, *Journal of Management*, 31, 803-828.

Zuhroh, Diana dan Heri, I Putu Pande Sukmawati (2003) “Analisis Pengaruh luas Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Perusahaan Terhadap Reaksi Investor”.Simposium Nasional Akuntansi VI. Surabaya,16-17 Agustus

Referensi website :
www.globalreporting.org