

**PENGARUH MANAJEMEN LABA,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL, UKURAN
PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN
(Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)**



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1)
Pada Program Sarjana Fakultas Ekonomika dan Bisnis
Universitas Diponegoro

Disusun oleh:

**Muhammad Ihlashul 'Amal
NIM. C2C007082**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2011**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Muhammad Ihlashul ‘Amal
Nomor Induk Mahasiswa : C2C007082
Fakultas / Jurusan : Ekonomika dan Bisnis /Akuntansi
Judu Skripsi : **PENGARUH MANAJEMEN LABA,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL, UKURAN
PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN (Studi
Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-
2009)**
Dosen Pembimbing : Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, MSi,Akt

Semarang, 15 Desember 2011

Dosen Pembimbing,

Prof. Dr. H. M Syafruddin, MSi,Akt
NIP : 196204161986031003

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Mahasiswa : Muhammad Ihlashul ‘Amal
Nomor Induk Mahasiswa : C2C007082
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi

Judul Skripsi : **PENGARUH MANAJEMEN LABA,
KEPEMILIKAN MANAJERIAL, UKURAN
PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS
TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG
JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN (Studi
Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang
Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-
2009)**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 2011

Tim Penguji

1. Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt (.....)
2. Shiddiq Nur Raharja, SE., M.Si., Akt (.....)
3. Siti Mutmainah, SE., M.Si., Akt (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Muhammad Ihlashul Amal, menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul : PENGARUH MANAJEMEN LABA, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, UKURAN PERUSAHAAN, DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009) adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 15 Desember 2011

Yang memberikan Pernyataan,

(Muhammad Ihlashul Amal)

NIM : C2C007082

-PERSEMBAHAN-

Skripsi ini kusembahkan kepada:

Guru dan orang tuaku

Saudara dan sahabatku

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the effect of earnings management, managerial ownership, size and profitability on Corporate Social and Environmental Disclosures of manufacturing companies listed in Bursa Efek Indonesia for the year 2008-2009

Sample method used was purposive sampling. There were 112 annual reports consisted of 46 annual report 2008, and 66 annual report 2009. There were four hypothesis proposed. Data were analyzed by multiple regression. The dependent variable were Corporate Social and environmental disclosures, and the independent variables are earnings management, managerial ownership, profitability, and company Size.

The result showed that all of the independent variables significantly affected the dependent variable by 5% significantly level. These have implications that corporate social and environmental disclosures are significantly affected by earnings management, managerial ownership, profitability, and company size (H1, H2,H3, H4 are supported).

Key words: earnings management, managerial ownership, profitability, company size, corporate social and environmental disclosures.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan mengambil obyek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009.

Teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*. Ada 112 annual reports perusahaan yang dijadikan obyek pengamatan selama tahun 2008-2009. Jumlah pengamatan tersebut terdiri atas 46 *annual report* perusahaan pada tahun 2008, dan 66 *annual report* perusahaan tahun 2009. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda dengan tingkat penerimaan hipotesis 5%.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat variabel independen secara signifikan berpengaruh bersama-sama terhadap variabel dependen. Hal ini memberikan bukti empiris model fit untuk menguji secara parsial (uji-t). Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel manajemen laba, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan pada level 5%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh hipotesis yang diajukan (H1, H2, H3, H4) diterima, karena terbukti secara empiris.

Kata kunci: manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *corporate social and environmental disclosures*

KATA PENGANTAR

Pertama kali penulis ucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah swt. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad saw, keluarga dan para sahabatnya. Akhirnya penulis telah menyelesaikan skripsi ini sebagai tugas akhir dari proses belajar penulis pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.

Skripsi ini merupakan sebuah karya penelitian penulis yang merupakan penelitian empiris dengan mengambil obyek perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Penelitian ini mengadopsi *agency theory*, *stakeholder theory*, dan *legitimacy theory* untuk menjelaskan pengaruh manajemen laba, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap *corporate social and environmental disclosure*. Hasilnya dapat dibaca lebih lanjut dalam skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Rektor Universitas Diponegoro, Prof. Dr. Sudharto PH, M.E.S yang telah memberikan kesempatan kami untuk studi di Undip
2. Prof. Dr. H. M. Nasir, M.Si., Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
3. Prof. Dr. H. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt. sebagai Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro, yang sekaligus sebagai dosen pembimbing skripsi, yang telah banyak memberikan motivasi, arahan dan bimbingan serta konsultasi sehingga skripsi ini dapat selesai
4. Bapak Surya Raharja, S.E., M.Si., Akt. sebagai dosen wali penulis
5. Bapak Pembantu Dekan, serta seluruh Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan beliau-beliau kepada penulis

6. Pengelola dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Undip yang telah memberikan dukungan dan pelayanan kepada seluruh mahasiswanya untuk menyelesaikan studi
7. Seluruh keluarga yang selalu mendukung penulis dan selalu berdoa untuk penulis
8. Rekan-rekan angkatan pertama 2007
9. Semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak keterbatasan dan kekurangannya. Penulis dengan segala kerendahan hati minta maaf atas hal ini. Semoga kekurangan ini dapat diperbaiki dalam penelitian mendatang. Harapan penulis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan nilai dalam khasanah penelitian di bidang akuntansi. Amin

Semarang, Desember 2011

Penulis

Muhammad Ihlashul 'Amal

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	10
1.5. Sistematika Penulisan	11
BAB II TELAAH PUSTAKA	13
2.1. Landasan Teori	13
2.1.1. <i>Agency Theory</i>	14
2.1.2. <i>Stakeholder Theory</i>	15
2.1.3. <i>Legitimacy Theory</i>	16
2.2. Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan	21
2.3. Manajemen Laba	24
2.4. Kepemilikan Manajerial	27
2.5. Ukuran Perusahaan	28
2.6. Profitabilitas	29
2.7. Penelitian Terdahulu	30
2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian	35
2.9. Pengembangan Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODE PENELITIAN	41
3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	41
3.1.1. Definisi Operasional dan Pengukuran variabel Dependen	41
3.1.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Independen	43
3.1.2.1. Manajemen Laba	43
3.1.2.2. Kepemilikan Manajerial	44
3.1.2.3. Ukuran Perusahaan	45
3.1.2.4. Profitabilitas	45

3.2. Populasi dan Sampel	46
3.3. Jenis dan Sumber Data	47
3.4. Metode Pengumpulan Data	47
3.5. Metode Analisis	47
3.5.1. Analisis Deskriptif	48
3.5.2. Uji Asumsi Klasik	48
3.5.2.1. Uji Normalitas	48
3.5.2.2. Uji Heteroskedastisitas	49
3.5.2.3. Uji Autokorelasi	49
3.5.2.4. Uji Multikolinieritas	50
3.5.3. Uji Hipotesis	50
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 52
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	52
4.2. Analisis Data	52
4.2.1. Statistik Deskriptif.....	52
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik	57
4.2.2.1. Hasil Uji Normalitas	57
4.2.2.2. Hasil Uji Multikolinieritas	59
4.2.2.3. Hasil Uji Autokorelasi	60
4.2.2.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	61
4.2.3. Hasil Pengujian Regresi.....	63
4.2.3.1. Hasil Uji Signifikansi Simultan	63
4.2.3.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
4.2.3.3. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual – Uji Hipotesis ..	64
4.3. Interpretasi Hasil	67
4.3.1. <i>Corporate Social and Environmental Disclosures</i>	67
4.3.2. Pengaruh Manajemen Laba Terhadap CSED	69
4.3.3. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap CSED	70
4.3.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap CSED.....	70
4.3.5. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan CSED	71
 BAB V PENUTUP	 72
5.1. Kesimpulan	72
5.2. Keterbatasan Penelitian	72
 DAFTAR PUSTAKA	 76
LAMPIRAN-LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu	33
TABEL 4.1 Ringkasan Perolehan Sampel Penelitian	52
TABEL 4.2 Statistik Deskriptif	53
TABEL 4.3 Distribusi Frekuensi Kepemilikan Manajerial	56
TABEL 4.4 Hasil Uji Multikolinieritas (<i>covariance matrix</i>)	59
TABEL 4.5 Hasil Uji Multikolinieritas	60
TABEL 4.6 Hasil Uji Autokorelasi (<i>DW test</i>).....	61
TABEL 4.7 Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	63
TABEL 4.8 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	64
TABEL 4.9 Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji Statistik t)..	65

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian	35
Gambar 4.1 Grafik <i>Histogram</i>	58
Gambar 4.2 Grafik <i>Normal P-Plot of Regression Standardized Residual</i> ..	58
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	62
Gambar 5.1 Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian Selanjutnya (saran)..	74

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
LAMPIRAN 1 Daftar Perusahaan	80
LAMPIRAN 2 Lembar <i>Check list</i> CSED	83
LAMPIRAN 3 Statistik Deskriptif.....	88
LAMPIRAN 4 Analisis Regresi.....	89

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya (Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 1 point 3). Pengertian ini mengandung arti bahwa perusahaan yang berbentuk Perseroan Terbatas (PT) mempunyai tanggung jawab sosial terhadap komunitas setempat dan lingkungan masyarakat umumnya. Implementasi atas peran tanggung jawab tersebut diatur dalam Pasal 74 UU Nomor 40 Tahun 2007, dan pelaksanaannya harus dilaporkan dalam laporan Tahunan perusahaan (pasal 66 ayat 2c).

Tanggung jawab sosial dan lingkungan juga diatur dalam UU Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal terkait dengan perusahaan yang terdaftar di pasar modal. Regulasi tersebut menjelaskan kewajiban bagi setiap penanam modal untuk melaksanakan tanggung jawab sosial, menghormati tradisi budaya masyarakat sekitar lokasi kegiatan usaha penanaman modal, dan mematuhi semua ketentuan peraturan perundang-undangan.

Tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) dipandang sebagai bentuk kontribusi perusahaan kepada

masyarakat dan pihak-pihak terkait atas tanggung jawab sosial dan kelangsungan perusahaan. Hal tersebut memperluas tanggung jawab perusahaan, di luar peran konvensional untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal. Gray *et al.*(1995) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan tanggung jawab dunia bisnis untuk menjadi akuntabel terhadap seluruh *stakeholder*, bukan hanya kepada *stockholder* saja.

Perusahaan akan mengungkapkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan agar bentuk kontribusi yang telah dilakukan perusahaan tersebut dapat diketahui oleh berbagai pihak yang berkepentingan. Untuk mengkomunikasikan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilaksanakan, maka aktivitas tanggung jawab sosial dan hal-hal terkait dilaporkan dalam laporan tahunan sebagai bentuk *corporate social and environmental responsibility reporting*. Dengan pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan ini diharapkan perusahaan memperoleh legitimasi atas peran sosial dan kepedulian lingkungan yang telah dilakukan oleh perusahaan tersebut, sehingga perusahaan akan memperoleh dukungan dari masyarakat, dan kelangsungan hidup perusahaan dapat diperoleh (Gray *et al.*, 1995).

Dari sisi lain, pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan ini dapat digunakan oleh manajer sebagai alat untuk mengamankan kedudukannya, dan digunakan untuk mengalihkan perhatian *stakeholder* dari *monitoring* aktivitas manajemen laba (Prior *et al.*,2008). Hal ini dimungkinkan karena manajemen memiliki informasi yang lebih banyak dari pada pihak berkepentingan lainnya sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan. Hal

ini dapat terjadi akibat tidak sempurnanya audit di dalam praktek ekonomi, sehingga manajer dapat memiliki insentif merekayasa *income* yang dilaporkan untuk memaksimalkan kepentingannya. Dengan mengadopsi asumsi dalam teori keagenan bahwa manajemen akan berperilaku oportunistik, maka manajemen dapat memberikan informasi yang berlebih melalui pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan untuk mengalihkan perhatian para pengguna laporan keuangan pada manajemen laba yang mereka lakukan. Hal ini didukung hasil penelitian Prior *et al.* (2008) yang menyatakan bahwa manajemen laba memberikan dampak positif terhadap *corporate social responsibility disclosures*.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social and Environmental Disclosures / CSED*) merupakan bentuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini ditujukan untuk menunjukkan kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial kepada para *stakeholder*, dan hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi dan kontribusi sosial perusahaan (Gray *et al.*, 1995). Manajemen dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Hal ini terkait pemilik perusahaan yang sekaligus menjadi manajemen perusahaan yang tercermin dalam keberadaan kepemilikan manajerial. Guna memperoleh legitimasi yang lebih besar maka keberadaan manajemen yang sekaligus sebagai pemegang saham dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSED) perusahaan dalam laporan tahunan.

Dalam penelitian Siregar (2010), dinyatakan bahwa luasnya tanggung jawab sosial juga dapat dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (*size*) yang diproksi dengan besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan. Perusahaan yang memiliki aset besar tentu lebih luas aktivitas yang dilakukan termasuk aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan demikian ukuran perusahaan juga dapat diprediksi mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Perusahaan besar pada umumnya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, *skill* karyawan yang baik, sistem informasi yang canggih, jenis produk yang banyak, sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

Reverte (2008) yang melakukan penelitian di Prancis, menyatakan dalam penelitiannya bahwa ada pengaruh yang signifikan ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal ini juga didukung oleh penelitian Sun *et al.* (2010) yang penelitiannya dilakukan di United Kingdom. Selanjutnya di Indonesia, hasil penelitian Mahdiyah (2008) menyatakan bahwa perusahaan besar juga akan banyak disoroti oleh berbagai pihak, maka pengungkapan yang lebih luas merupakan upaya untuk memberikan informasi kepada pihak yang berkepentingan. Hal ini sesuai dengan *Stakeholder Theory* (Ghozali dan Chariri, 2007) yang menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder*-nya.

Selain itu profitabilitas juga diprediksi dapat berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Profitabilitas

menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Sartono, 2001). Heinze (1976); Plorence *et al.* (2004); dalam Zaleha (2005) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial dan lingkungan secara luas, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi sosial.

Beberapa penelitian yang menguji pengaruh profitabilitas didasarkan pada *stakeholder theory* yang mengakui adanya hubungan antara kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan profitabilitas perusahaan yang bersangkutan (Sun *et al.*, 2010). Perusahaan dengan manajemen yang memiliki pengetahuan akan mampu menciptakan profit dan akan memahami pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Giner (1997) dalam Sun *et al.*(2010) menyatakan bahwa dalam konteks teori keagenan, manajemen yang *profitable* akan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk mendukung posisi para manajer yang bersangkutan dan mendapatkan kompensasi. Sedangkan menurut teori legitimasi, profitabilitas dapat dipandang sebagai variabel yang diprediksikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan baik secara negatif maupun positif tergantung apakah perusahaan

mengalami rugi atau mendapatkan laba. Ketika perusahaan mengalami keuntungan, perusahaan akan memberikan pengungkapan yang relatif sedikit dengan alasan karena masih sedikitnya kegiatan sosial atau lingkungan. Tapi sebaliknya apabila dalam kondisi tidak untung maka perusahaan dapat mengungkapkan banyak kegiatan investasi untuk tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai alasan banyaknya pengeluaran untuk pelaksanaan tanggung jawab yang bersangkutan.

Penelitian mengenai hubungan profitabilitas dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Davey (1982) dalam Hackston dan Milne (1996); menemukan tidak ada hubungan antara variabel tersebut. Hasil yang berlawanan ditemukan oleh Bowman dan Haire (1976), dalam Hackston dan Milne (1996), bahwa ada pengaruh positif profitabilitas terhadap tanggung jawab sosial perusahaan.

Di Indonesia pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan diwajibkan oleh perusahaan sebagaimana diatur dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas dan UU Nomor 25 Tahun 2007. Tentu pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut perlu dilaporkan agar masyarakat mengetahui seberapa jauh para pengguna laporan keuangan tersebut melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Namun luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan tidak diatur secara terstandar, dan masih menjadi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSED) yang bersifat sukarela.

Terkait dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSED) perusahaan, Munif (2010) menyatakan ada beberapa standar untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang antara lain adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI ini digunakan oleh beberapa peneliti sebagai ukuran yang menjadi *benchmark* untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikaitkan dengan variabel-variabel yang mempengaruhinya. Oleh karena pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan masih merupakan pengungkapan sukarela, maka dalam praktik terjadi banyak variabilitas luasnya item-item yang dilaporkan. Hal ini dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang diprediksikan dalam penelitian ini antara lain manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Pemikiran di atas memotivasi untuk dilakukan penelitian yang menguji apakah pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social and Enviromental Disclosures*) dipengaruhi oleh tindakan manajemen laba oleh manajemen, kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan ukuran perusahaan. Judul yang diberikan dalam penelitian ini adalah: **PENGARUH MANAJEMEN LABA, KEPEMILIKAN MANAJERIAL, UKURAN PERUSAHAAN DAN PROFITABILITAS TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN LINGKUNGAN (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2008-2009)**

1.2 Rumusan Masalah

Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan bentuk pelaporan tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan yang harus

dimuat dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini diatur dalam pasal 66 Undang-undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Namun demikian seberapa luas atau seberapa banyak informasi yang harus diungkapkan masih bersifat sukarela. Hal ini berdampak pada adanya variabilitas luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (CSED) antar perusahaan. Variabilitas luasnya CSED pada berbagai perusahaan tersebut tentu dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor yang menjadi variabel dan diprediksikan dalam penelitian ini dapat mempengaruhi CSED adalah manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

Pertanyaan penelitian yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*corporate social and environmental disclosures*)
2. Apakah kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*corporate social and environmental disclosures*)
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*corporate social and environmental disclosures*)
4. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*corporate social and environmental disclosures*)

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimulai dengan mengkaji penelitian yang dilakukan oleh Sun *et al.*(2010). Sun *et al.* (2010) telah melakukan penelitian di United Kingdom yang menguji dan mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh manajemen laba terhadap *Corporate Environmental Disclosures* (CED) dengan mekanisme *corporate governance* sebagai variabel moderasi dan *Leverage*, *ROA*, *Industry*, dan *Size* sebagai variabel kontrol. Penelitian tersebut menemukan bukti bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap CED. Dengan mengadopsi teori keagenan, teori sinyal, teori stakeholder, dan teori legitimasi, mekanisme *corporate governance* dalam penelitian tersebut diprediksikan akan memoderasi hubungan antara manajemen laba dan CED. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa hanya jumlah pertemuan komite audit yang berpengaruh/memoderasi hubungan antara manajemen laba dan CED sedangkan ukuran dewan komisaris (*Board Size*) tidak memiliki pengaruh terhadap hubungan tersebut.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Sun *et al.* (2010) adalah pada obyek penelitian dan variabel mekanisme *corporate governance* yang dimasukkan ke dalam model penelitian. Obyek penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009 dan variabel mekanisme *Corporate Governance* yang diuji dalam penelitian ini adalah Kepemilikan Manajerial. Alasan penelitian ini menguji kepemilikan manajerial karena variabel kepemilikan manajerial tidak diuji dalam penelitian yang dilakukan oleh Sun *et al.*(2010).

Namun demikian, dalam penelitian ini kepemilikan manajerial tidak diuji sebagai variabel moderasi. Kepemilikan manajerial dalam penelitian ini diperlakukan sebagai variabel dummy, sehingga tidak dimungkinkan dijadikan sebagai variabel moderasi.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini memiliki tujuan yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu bertujuan untuk menguji dan mendapatkan bukti empiris tentang:

1. Pengaruh Manajemen Laba terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan
2. Pengaruh langsung mekanisme *Corporate Governance* yaitu Kepemilikan Manajerial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan
3. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan
4. Pengaruh Profitabilitas perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan

dengan mengambil obyek penelitian pada perusahaan manufaktur yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori di bidang akuntansi yang digunakan dalam menganalisis perilaku organisasi. Terutama teori yang dapat menjelaskan perilaku

organisasi/perusahaan dalam pelaksanaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis dan bermanfaat bagi organisasi/perusahaan, *stakeholder*, pembuat regulasi/pemerintah, dan akademisi. Bagi organisasi/perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan tentang pentingnya melaksanakan dan mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagi *stakeholder*, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pengetahuan dalam menilai aktivitas yang dilakukan oleh organisasi/perusahaan. Bagi pembuat regulasi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan menjadi bahan pertimbangan dalam membuat berbagai kebijakan mengenai praktik tanggung jawab sosial dan lingkungan. Bagi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi dan informasi dalam penelitian selanjutnya.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini terdiri dari telaah teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini terdiri dari variabel penelitian dan definisi operasional, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV : HASIL DAN ANALISIS

Bab ini terdiri dari deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

BAB V : PENUTUP

Bab ini terdiri dari kesimpulan, keterbatasan, dan saran.

BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Pada bab ini akan dijelaskan teori yang digunakan untuk menjelaskan model penelitian, mulai dari teori keagenan (*agency theory*), teori *stakeholder* (*stakeholder theory*), dan teori legitimasi (*legitimacy theory*). Teori keagenan digunakan untuk menjelaskan adanya manajemen laba yang dapat dilakukan oleh manajemen untuk tujuan tertentu terkait dengan informasi laba. Teori *stakeholder* untuk menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan upaya pelaporan agar memberikan informasi yang lengkap kepada para pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Hal ini dikarenakan perusahaan/perseroan terbatas bukan merupakan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun juga mempunyai tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam arti perusahaan harus memberikan manfaat bagi komunitas setempat dan lingkungan yang harus diinformasikan kepada para *stakeholdernya*.

Apabila ada pemegang saham yang merangkap sebagai pengelola perusahaan (ada kepemilikan manajerial) maka hal ini diprediksikan akan berpengaruh positif terhadap luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Selanjutnya teori legitimasi diadopsi untuk menjelaskan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dilakukan dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada masyarakat bahwa perusahaan telah melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungannya sebagaimana diamanahkan dalam UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan

Terbatas khususnya pasal 66, sehingga dapat diperoleh legitimasi oleh masyarakat. Legitimasi masyarakat ini penting, karena pada dasarnya keberadaan perusahaan tidak lepas dari adanya kontrak sosial dengan masyarakat di mana perusahaan tersebut beroperasi. Teori ini untuk menjelaskan semakin besar perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.1.1 Teoeri Keagenan (*Agency Theory*)

Teori Keagenan menjelaskan adanya kontrak antara *agent* (manajemen) dan *principal* (pemegang saham) yang mana agen menerima mandat untuk mengelola perusahaan dari *principal* (Jensen dan Mekling, 1976). Dalam teori ini diasumsikan bahwa dimungkinkan manajemen akan berperilaku oportunistik untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri dengan melakukan manajemen laba. Tindakan manajerial ini dapat menyesatkan dan dapat menyebabkan pihak *outsider* membuat keputusan ekonomi yang salah (Zahra *et al.*, 2005). Menurut Gray *et al.* (1995), *corporate social and environmental disclosure* (CSED) merupakan sinyal yang dapat mengalihkan perhatian pemegang saham dari *monitoring* atas rekayasa laba atau isu lain, sehingga berdampak pada harga saham.

Aktivitas CSED memberikan informasi untuk penilaian resiko yang lebih akurat bagi investor, dan hal ini akan memberikan akses kepada pendanaan eksternal dengan biaya yang lebih rendah. Dalam hal ini dapat diinterpretasikan bahwa manajer yang terlibat manipulasi laba dapat diprediksikan akan melakukan lebih banyak CSED dalam upaya meningkatkan *utility*-nya.

2.1.2 *Stakeholder Theory*

Ghozali dan Chariri (2011) menyatakan bahwa dalam *stakeholder theory* perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, analis perusahaan, dan pihak lainnya). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh para *stakeholder*. Gray *et al.* (1995) dalam Ghozali dan Chariri (2011) menyatakan bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholders* dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan bagian dari komunikasi antara perusahaan dengan *stakeholder*-nya.

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholder* dalam sebuah perusahaan. Pengungkapan informasi oleh perusahaan dijadikan alat manajemen untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok (*stakeholders*). Oleh karena itu manajemen mengungkapkan informasi tanggung jawab sosial dan lingkungan ini dalam rangka mengelola *stakeholder* agar perusahaan mendapatkan dukungan dari mereka. Dukungan tersebut dapat berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Gray *et al.*, 1995)

2.1.3 Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Legitimasi merupakan sebuah pengakuan akan legalitas sesuatu. Suatu legitimasi organisasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Asforth dan Gibs, 1990; Dowling dan Pfeffer, 1975; O'Donovan 2002; sebagaimana dikutip oleh Ghozali dan Chariri, 2007). Dengan demikian legitimasi organisasi dapat dipandang sebagai sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan akan berlanjut keberadaannya jika masyarakat menyadari bahwa organisasi beroperasi untuk sistem nilai yang seiring dengan sistem nilai masyarakat itu sendiri. Teori legitimasi menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Perusahaan menggunakan laporan tahunannya untuk menggambarkan akuntabilitas atau tanggung jawab manajemen terhadap perusahaan, sehingga perusahaan yang bersangkutan diterima oleh masyarakat. Dengan adanya penerimaan dari masyarakat tersebut maka akan menambah nilai perusahaan.

Teori legitimasi juga memberikan perspektif yang komprehensif pada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Teori ini secara eksplisit mengakui bahwa bisnis dibatasi oleh kontrak sosial yang menyebutkan bahwa perusahaan harus dapat menunjukkan berbagai aktivitasnya agar perusahaan memperoleh penerimaan masyarakat yang pada gilirannya akan menjamin kelangsungan hidup perusahaan (Brown dan Deegan, 1998; Guthrie dan Parker, 1989; dalam Reverte, 2008).

Perrow (1970) dalam Reverte (2008) mendefinisikan legitimasi sebagai berikut:

Legitimacy as a generalized perception or assumption that the actions of an entity are desirable, proper, or appropriate within some socially constructed system of norms, values, beliefs, and definitions.

Dari definisi di atas, dapat diinterpretasikan bahwa meskipun perusahaan mempunyai kebijakan operasi dalam batasan institusi, kegagalan perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan norma ataupun adat yang diterima masyarakat, akan mengancam legitimasi serta sumber daya perusahaan, yang pada akhirnya akan mengancam kelangsungan hidup perusahaan (DiMaggio and Powell, 1983; Oliver, 1991; dalam Reverte, 2008).

Selanjutnya Reverte (2008) menyatakan bahwa beberapa penelitian tentang pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan telah memberikan bukti empiris bahwa perusahaan yang mengungkapkan informasi secara sukarela pada laporan tahunan, akan mampu menjadikan pengungkapan tersebut sebagai strategi dalam mengorganisasi legitimasi perusahaan. Dalam hal ini, pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dapat dilihat sebagai sesuatu cara perusahaan membangun persepsi untuk memberikan kesan bahwa perusahaan mengendalikan posisi ekonomi perusahaan.

Dowling dan Preffer (1975) dalam Ghazali dan Chariri (2007) juga menjelaskan bahwa teori legitimasi sangat bermanfaat dalam menganalisis perilaku organisasi. Hal ini dinyatakan oleh Ghazali dan Chariri (2007) sebagai berikut:

Karena legitimasi adalah hal yang penting bagi organisasi, batasan-batasan yang ditekankan oleh norma-norma sosial dan nilai-nilai sosial, reaksi terhadap batasan tersebut mendorong pentingnya analisis perilaku organisasi dengan memperhatikan lingkungan.

Yang mendasari teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Ghozali dan Chariri, 2007). Shocker dan Sethi (1974) sebagaimana di kutip Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa konsep kontrak sosial adalah sebagai berikut:

Semua institusi sosial tidak terkecuali perusahaan yang beroperasi di masyarakat melalui kontrak sosial, baik eksplisit maupun implisit dimana kelangsungan hidup dan pertumbuhannya didasarkan pada :

- a) Hasil akhir (output) yang secara sosial dapat diberikan kepada masyarakat luas
- b) Distribusi manfaat ekonomi, sosial, atau politik kepada kelompok sesuai dengan power yang dimiliki.

Tinker et al. (1991) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan pada dasarnya merupakan refleksi atas munculnya konflik sosial kapitalis dengan kelompok lain. Selanjutnya Tinker dan Niemark (1984) dalam Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa:

..... publik, secara umum, menjadi makin sadar atas konsekuensi negatif dari pertumbuhan perusahaan..... Publik menekan bisnis dan pemerintah untuk mengeluarkan dana guna memperbaiki atau mencegah lingkungan fisik, untuk menjamin kesehatan, keselamatan konsumen, pekerja, dan mereka yang tinggal di lingkungan di mana produk dibuat dan limbah dibuang, dan untuk bertanggung jawab terhadap konsekuensi yang timbul dari adanya penutupan pabrik dan penganggaran karena teknologi.

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa kegiatan perusahaan dapat menimbulkan dampak sosial dan lingkungan, sehingga praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dapat dipandang sebagai wujud akuntabilitas perusahaan kepada publik. Pengungkapan tersebut memberikan informasi dampak sosial dan

lingkungan yang ditimbulkan oleh perusahaan baik dalam pengaruh baik maupun pengaruh buruk.

Parker (1986) dalam Ghozali dan Chariri (2011) menyatakan bahwa:

.... *Social disclosure* dapat berfungsi sebagai respon dini perusahaan terhadap tekanan peraturan ... dan sebagai *counter* terhadap intervensi pemerintah atau tekanan dari kelompok eksternal. Oleh karena itu, dari pandangan ini, *social disclosure* mungkin digunakan untuk mengantisipasi atau menghindari tekanan sosial. Pada saat yang sama, pengungkapan tersebut digunakan untuk mengungkapkan reputasi perusahaan di mata publik.

Ada dua perspektif aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan. Pertama, pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dapat membangun *image* positif, mendapat dukungan dan kepercayaan yang menguntungkan dari berbagai pihak yang berkepentingan dalam perusahaan. Kedua, pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan memiliki dampak positif pada reputasi perusahaan dan memberikan manfaat ekonomi dari perspektif strategic (Chariri, 2011). Aktivitas tanggung jawab sosial dan lingkungan diharapkan dapat meningkatkan hubungan antara pemegang saham supplier, kreditur, dan pihak yang berkepentingan lainnya atau dengan kata lain, kinerja ekonomi dan keuangan sebuah entitas memiliki hubungan positif dengan pengungkapan tanggung jawab sosialnya (Salama, 2005).

Menurut Gray *et al.* (1995), informasi yang diungkapkan kepada *stakeholder* merupakan legitimasi tanggung jawab sosial dan lingkungan yang telah dilakukan perusahaan. Manajer yang terlibat manajemen laba cenderung menyadari bahwa pengungkapan lingkungan dengan sukarela (*voluntary corporate social and environmental disclosure*) dapat digunakan untuk mempertahankan legitimasi organisasional, terutama pada pihak terkait dengan

politik dan sosial. Manajer yang memiliki wewenang dalam proses pembuatan keputusan, memiliki insentif untuk menggunakan strategi tersebut guna memenuhi harapan para *stakeholder*. Dengan upaya mengalihkan perhatian *stakeholder* terhadap pendeteksian manajemen laba.

Gray (1995) juga menjelaskan bahwa pengungkapan lingkungan merupakan bagian dari pengungkapan laporan keuangan. Dia juga menjelaskan bahwa ada banyak studi yang menguji lebih lanjut informasi sosial yang dihasilkan oleh perusahaan, dan menemukan bahwa informasi lingkungan merupakan salah satu bagian dari informasi tersebut. Walaupun tidak diwajibkan oleh pihak otoritas, banyak perusahaan secara sukarela melakukan pengungkapan akuntansi tanggung jawab sosial dan lingkungan (*voluntary social and environmental disclosures*). Hal ini dilakukan untuk menjaga reputasi perusahaan atau agar perusahaan bisa tetap *survive* dan terhindar dari berbagai bentuk penolakan masyarakat. Penjelasan ini didukung oleh teori legitimasi (*legitimacy theory*) yang memberikan alternatif jawaban atas pertanyaan mengapa perusahaan mengungkapkan akuntansi lingkungan.

2.2 Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan

Tanggung jawab sosial dan lingkungan, menurut Global Reporting Initiatives (GRI) dinyatakan Siregar (2010) bahwa:

corporate social reporting/sustainability reporting is a process for publicly disclosing an organization's economic, environmental, and social performance. (www.globalreporting.org/AboutGRI/FAQs/FAQSustainabilityReporting.htm, accessed June 26, 2007),

Pengungkapan mengandung arti bahwa sebuah laporan harus memberikan informasi dan penjelasan yang cukup mengenai hasil aktivitas suatu unit usaha (Ghozali dan Chariri, 2007). Secara konseptual, pengungkapan merupakan bagian integral dari pelaporan keuangan. Secara teknis, pengungkapan merupakan langkah akhir dalam proses akuntansi yaitu penyajian informasi dalam bentuk penuh laporan keuangan (Suwardjono, 2005)

Wolk *et al.* (2001) dalam Chrismawati (2007) menginterpretasikan pengertian pengungkapan sebagai berikut :

Broadly interpreted disclosure is concerned with information in both the financial statements and supplementary communications including footnotes, post-statement events, management's discussion and analysis of operations for the forthcoming year, financial and operating forecasts, and additional financial statements covering segmental disclosure and extensions beyond historical cost.

Secara umum, tujuan pengungkapan adalah menyajikan informasi yang dipandang perlu untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan dan melayani berbagai pihak yang mempunyai kepentingan berbeda (Suwardjono, 2005). *Security Exchange Committee (SEC)* menuntut lebih banyak pengungkapan karena pelaporan keuangan mempunyai aspek sosial dan publik. Oleh karena itu, pengungkapan dituntut lebih dari sekedar pelaporan keuangan, tetapi meliputi pula penyampaian informasi kualitatif dan kuantitatif, baik yang *mandatory* maupun *voluntary disclosure* (Chrismawati, 2007).

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan (Sembiring, 2005). Hal tersebut memperluas tanggung jawab

perusahaan, di luar peran konvensionalnya untuk menyajikan laporan keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Implementasi atas tanggung jawab tersebut dikomunikasikan dalam laporan tahunan perusahaan.

Pengungkapan kinerja sosial pada laporan tahunan seringkali dilakukan secara sukarela, karena belum ada aturan standar yang ditetapkan oleh regulator. Ada berbagai motivasi yang mendorong manajemen secara sukarela mengungkapkan informasi tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Deegan (2002) dalam Ghozali dan Chariri (2007), beberapa alasan perusahaan dengan sukarela mengungkapkan tanggung jawab sosialnya antara lain:

- a. Keinginan untuk mematuhi persyaratan yang ada dalam peraturan. Hal ini sebenarnya bukan alasan utama yang ditemukan di berbagai negara karena ternyata tidak banyak aturan yang mengharuskan perusahaan mengungkapkan secara lengkap informasi tentang pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungannya.
- b. Pertimbangan rasionalitas ekonomi (*economic rationality*). Atas dasar alasan ini, praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan memberikan keuntungan bisnis karena perusahaan telah melakukan “hal yang benar” dan alasan ini dipandang sebagai motivasi yang utama.
- c. Keyakinan dalam proses akuntabilitas untuk melaporkan. Hal ini dapat diartikan bahwa manajemen berkeyakinan bahwa orang yang mempunyai hak tidak dapat dihindari untuk memperoleh informasi yang memuaskan, tidak peduli dengan biaya yang diperlukan untuk menyajikan informasi tersebut.

Namun demikian, kelihatannya pandangan ini bukan pandangan dalam kebanyakan organisasi bisnis yang beroperasi dan lingkungan kapitalis.

- d. Keinginan untuk mematuhi persyaratan peminjaman. Lembaga pemberi pinjaman sebagai bagian dari kebijakan manajemen risiko mereka, cenderung menghendaki informasi tentang kinerja dan kebijakan sosial dan lingkungannya. Informasi ini akan diperoleh dalam penjelasan atau *disclosure* dalam laporan tahunan perusahaan.
- e. Untuk mematuhi harapan masyarakat, pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai refleksi atas kepatuhan terhadap kontrak sosial dengan masyarakat.
- f. Sebagai konsekuensi dari ancaman terhadap legitimasi perusahaan. Pengungkapan mungkin sebagai respon atas pemberitaan media yang bersifat negatif, atau barangkali sebagai akibat dari *rating* atau suatu peringkat yang menurun yang diberikan oleh lembaga pemberi peringkat perusahaan.
- g. Untuk me *manage* kelompok *stakeholder* tertentu yang memiliki kekuasaan (*powerful*).
- h. Untuk menarik dana investasi. Di lingkungan internasional, *Ethical investment funds* merupakan bagian dari pasar modal yang mengelola dana investasi dengan standar etika. Contohnya *The Dow Jones Sustainability Group Index* dapat memberikan ranking organisasi tertentu untuk tujuan analisis portofolio. Pemberian ranking tersebut didasarkan atas informasi dari sejumlah sumber termasuk informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

- i. Untuk memenuhi persyaratan industri atau *code of conduct* industri tertentu. Misalnya peraturan industri tambang di Australia memiliki *code for environmental management*. Jadi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dilakukan untuk memenuhi aturan tersebut.
- j. Untuk memenangkan penghargaan pelaporan tertentu. Ada berbagai penghargaan yang diberikan oleh beberapa negara kepada perusahaan yang melaporkan kegiatannya termasuk kegiatan yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dengan memenangkan berbagai penghargaan tersebut diharapkan perusahaan akan memperoleh *image* positif dan mendapatkan reputasi baik di mata *stakeholder*-nya.

2.3 **Manajemen laba (*Earning Management*)**

Manajemen laba menurut Scott (2003) adalah “*the choice by a manager of accounting policies so as to achieve some specific objective.*” Dari definisi tersebut dapat diinterpretasikan bahwa manajemen laba adalah suatu keputusan yang dibuat manajer dalam menentukan kebijakan akuntansi untuk mencapai beberapa tujuan tertentu. Menurut Sugiri (1998) yang dikutip oleh Widyaningdyah (2001), definisi manajemen laba dibagi dalam dua definisi, yaitu:

- a. Definisi sempit

Dalam definisi sempit, manajemen laba hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Manajemen laba didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya *earnings*.

b. Definisi luas

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

Literatur akuntansi lain mendefinisikan manajemen laba dalam berbagai versi, pengertian lain misalnya dinyatakan oleh Dechow and Skinner (2000):

“earnings management is a process of taking deliberate steps within the constraints of Generally Accepted Accounting Principles to bring about a desired level of reported earnings”.

Definisi di atas memfokuskan pada pelaporan keuangan untuk eksternal, dan hal ini dapat memberikan insentif bagi manajemen untuk melaporkan laba pada level dengan besaran tertentu. Literatur manajemen laba menawarkan berbagai instrumen untuk penilaian laba pada level yang dikehendaki. Dan beberapa motif tindakan perilaku manajemen laba dijelaskan oleh Watts and Zimmerman (1986) dengan motivasi bonus, motivasi untuk memenuhi akad kontrak, dan motivasi untuk meminimumkan adanya beban politis.

Manajemen laba dimungkinkan terjadi dikarenakan terjadi asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajemen) sebagaimana dijelaskan dalam teori keagenan. Agen akan memiliki informasi yang lebih banyak dari pada prinsipal. Hal ini dapat mendorong agen untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja agen. Salah satu bentuk tindakan agen tersebut adalah yang disebut sebagai manajemen laba.

Healy dan Wahlen (1986) menyatakan bahwa manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan keputusannya dalam pelaporan keuangan dan dalam melakukan penyusunan transaksi untuk mengubah laporan keuangan baik untuk menimbulkan gambaran yang salah bagi *stakeholder* tentang kinerja ekonomis perusahaan, ataupun untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang bergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan.

Menurut Watt dan Zimmerman (1986) yang dikutip oleh Scott (2003), tujuan yang akan dicapai oleh manajemen melalui manajemen laba meliputi: mendapatkan bonus dan kompensasi lainnya, mempengaruhi keputusan pelaku pemberi pinjaman, dan menghindari biaya politik. Berdasarkan pertimbangan biaya dan manfaat, manajemen diperbolehkan memilih dan menerapkan metode-metode akuntansi. Hal ini menjadi penyebab utama manajer melakukan manajemen laba.

Menurut Scott (2003) beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan manajemen laba, antara lain adalah motivasi bonus yaitu manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonusnya dan motivasi kontrak yang berkaitan dengan utang jangka panjang, yaitu manajer menaikkan laba bersih untuk mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami *technical default*.

Manajemen dapat melakukan manajemen laba dalam upaya untuk mendapatkan keuntungan pribadi dengan biaya yang ditanggung oleh perusahaan atau pemegang saham lainnya. Manajemen dapat memiliki insentif untuk menggunakan kontrolnya guna membuat laporan keuangan lebih informatif dan

ekstensif, salah satunya diungkapkannya tanggung jawab sosial dan lingkungan yang lebih luas atau lebih banyak item-item yang diungkapkan. Hal ini yang yang disebut oleh Sun *et al.* (2010) bahwa manajemen melakukannya untuk mengalihkan perhatian pengguna laporan keuangan akan terdeteksinya manajemen laba.

2.4 Kepemilikan Manajerial (*Managerial Ownership*)

Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa *corporate social responsibility disclosure* merupakan bentuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan, dengan harapan untuk melaporkan kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para *stakeholder*, dan hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi dan kontribusi sosial perusahaan. Seiring dengan adanya kemungkinan terjadinya manajemen laba, maka dimungkinkan adanya kepemilikan manajemen dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini terkait dengan pemilik perusahaan yang sekaligus menjadi manajemen perusahaan (adanya kepemilikan manajerial) ingin mengalihkan perhatian manajemen laba kepada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Disamping itu keberadaan kepemilikan manajerial dapat mendorong perusahaan untuk lebih luas dalam pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Penelitian yang menguji adanya hubungan kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh

Huang *et al.* (2007). Mereka menemukan bahwa keberadaan kepemilikan manajemen berhubungan positif dengan efisiensi perusahaan.

Efisiensi merupakan kinerja yang positif, oleh karena itu kinerja yang positif akan cenderung dilaporkan dalam laporan tahunan. Guna memperoleh legitimasi yang lebih besar maka keberadaan pemilik dapat diprediksikan juga dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

2.5 Ukuran Perusahaan (Size)

Penelitian tentang hubungan antara ukuran perusahaan dengan *corporate social and environment disclosure* telah banyak dikaji antara lain oleh Siregar (2010); Munif, (2010); Mahdiyah (2008); dan Zaleha (2005). Semakin besar perusahaan maka semakin banyak mempunyai sumber daya untuk melaksanakan aktivitas yang menjadi tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dilaporkan dalam laporan tahunan sebagaimana diamanahkan dalam Pasal 66 UU nomor 40 Tahun 2007. Dari penelitian di atas penelitian Munif (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan pada level 5% tetapi signifikan pada level 10%.

Dengan mengutip Lerner (1991), Siregar (2010) menyatakan bahwa semakin besar aset sebuah perusahaan maka semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas. Hal ini juga didukung dengan penelitian Cowen (1987).

2.6 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Sartono, 2001). Heinze (1976); Plorence *et al.* (2004); dalam Zaleha (2005) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara luas, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi sosial.

Beberapa penelitian yang menguji pengaruh profitabilitas didasarkan pada *stakeholder theory* yang mengakui adanya hubungan antara kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan profitabilitas perusahaan yang bersangkutan (Sun *et al.*, 2010). Perusahaan dengan manajemen yang memiliki pengetahuan akan mampu menciptakan profit dan akan memahami pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Giner (1997) dalam Sun *et al.* (2010) menyatakan bahwa dalam konteks teori keagenan, manajemen yang *profitable* akan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk mendukung posisi para manajer yang bersangkutan dan mendapatkan kompensasi. Sedangkan menurut teori legitimasi, profitabilitas dapat dipandang sebagai variabel yang

diprediksikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan baik secara negatif maupun positif tergantung apakah perusahaan mengalami rugi atau mendapatkan laba. Ketika perusahaan mengalami keuntungan, perusahaan akan memberikan pengungkapan yang relatif sedikit dengan alasan karena masih sedikitnya kegiatan sosial atau lingkungan. Tapi sebaliknya apabila dalam kondisi tidak untung maka perusahaan dapat mengungkapkan banyak kegiatan investasi untuk tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai alasan banyaknya pengeluaran untuk pelaksanaan tanggung jawab yang bersangkutan.

2.7 Penelitian Terdahulu

Telaah pustaka tentang penelitian ini dimulai dengan beberapa studi empiris yang fokus membahas hubungan antara manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas dengan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Haire (1975) dalam Sun et al. (2010) berpendapat bahwa praktik tanggung jawab sosial dapat memberikan kesan positif kepada berbagai pihak yang berkepentingan (*stakeholder*). Walaupun praktik pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan membutuhkan biaya, perusahaan akan mendapatkan pengurangan pada biaya lain.

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Heally dan Wahlen (1999), manajemen laba terjadi apabila manajemen merekayasa laba

kepada *stakeholder* tentang yang mendasari kinerja ekonomi perusahaan atau untuk memengaruhi hasil yang diatur dalam kontrak yang didasarkan pada angka-angka akuntansi. Dengan kata lain, karena terdapat asimetri informasi, manajemen dapat melakukan manajemen laba atau menyampaikan informasi tentang kinerja perusahaan periode mendatang kepada *insiders* melalui pelaporan keuangan (Healy and Palepu, 1993)

Tentang hubungan antara manajemen laba dan *corporate social responsibility*, Chih *et al.* (2008) dan Prior *et al.* (2008) mengemukakan bahwa manajemen yang melakukan manipulasi laba akan melakukan kompensasi dengan melibatkan aktivitas *corporate social responsibility*. Hal ini dapat terjadi karena ada asimetri informasi antara *insiders* (manajer dan dewan komisaris) dan *outsiders* (pemegang saham dan pihak lain yang berkepentingan).

Chih *et al.* (2008) menemukan bahwa ada hubungan negatif antara manajemen laba dengan *corporate social responsibility* ketika terjadi *earnings smoothing* atau *earnings losses avoidance* sebagai indikator manajemen laba. Mereka memprediksi bahwa *corporate social responsibility* perusahaan tidak hanya konsentrasi pada aktivitas menaikkan *income* tetapi juga manajemen *stakeholder*. Mereka menyimpulkan bahwa ketika manajemen laba diproksi sebagai *income smoothing*, perusahaan dengan aktivitas *corporate social responsibility* diharapkan dapat mengurangi kemungkinan melaporkan *income smoothing*, hal ini sama diterapkan di sebuah negara miskin. Selanjutnya, perusahaan besar yang baik kualitas auditnya dimungkinkan lebih banyak memberikan *disclosure* terhadap tanggung jawab sosialnya.

Sedangkan penelitian Prior, *et al.* (2008) menunjukkan hasil bahwa *corporate financial performance* merupakan variabel kontrol ketika menguji hubungan antara manajemen laba dengan *corporate social responsibility*. Mereka berargumentasi bahwa ketika manajer bertindak secara oportunistik melakukan manajemen laba, ada motivasi lebih besar untuk melakukan aktivitas *corporate social responsibility* lebih banyak. Mereka juga mengemukakan bahwa *corporate social responsibility* dipandang sebagai alat untuk pertahanan guna untuk mendapatkan dukungan dari kelompok *stakeholder* yang dirugikan oleh adanya manajemen laba.

Penelitian tentang hubungan kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan antara lain dilakukan oleh Kim (2001) yang menyatakan bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap kinerja. Mengacu penelitian Kim (2001) tersebut maka kepemilikan manajerial juga dapat diprediksikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai pelaporan kinerja tanggung jawab sosial itu sendiri.

Penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial antara lain dilakukan oleh Siregar (2010); Mahdiyah (2010); Zaleha (2005); dan Munif (2010). Dari penelitian tersebut penelitian Munif yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada level 5%.

Hasil penelitian terdahulu disajikan pada tabel 2.1 berikut:

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

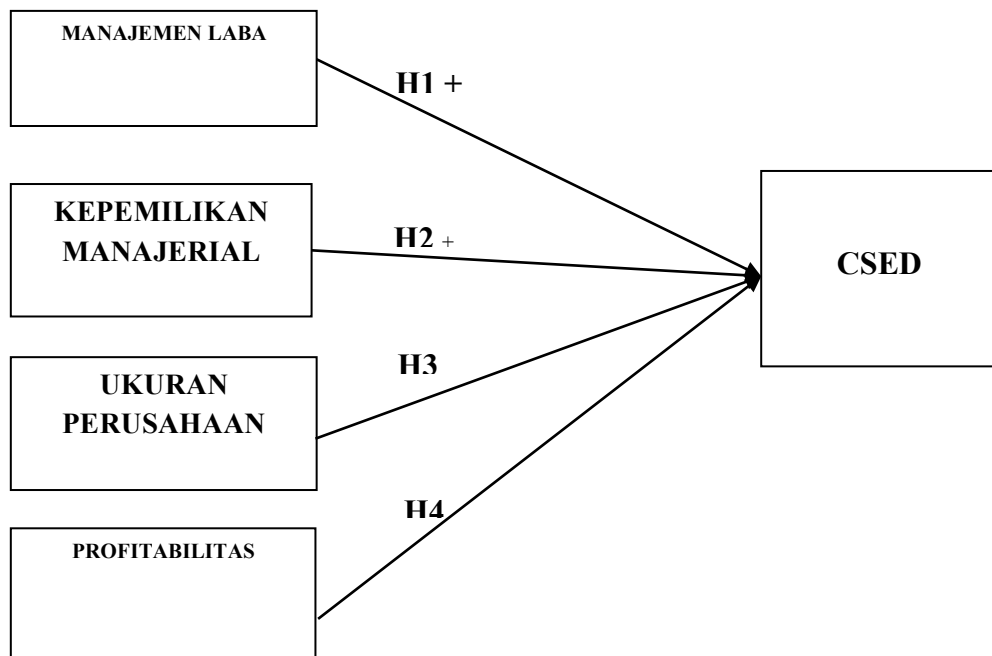
No	Nama Peneliti dan tahun	Variabel penelitian	Hasil Penelitian
1.	Sun, Salama, dan Hussainey (2010)	Variabel Dependen: <i>Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan</i> Variabel independen : <i>Discretionary accrual, Size, leverage, ROA, Corporate governance, dan industry</i>	Variabel <i>Size, Leverage, ROA, dan Boardsize</i> berpengaruh signifikan terhadap CSR pada level 5%. Yang lain tidak berpengaruh signifikan
2.	Munif, Aulia Zahra (2010)	Variabel Dependen: CSR Variabel independen: Ukuran perusahaan, sensitivitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, leverage, dan pengungkapan media	Hanya variabel : Ukuran perusahaan, profitabilitas dan leverage yang berpengaruh signifikan terhadap CSR pada level 10%. Yang lain tidak berpengaruh signifikan
3.	Siregar, Silvia Veronica; dan Bachtiar, Yanifi. (2010)	Variabel Dependen: CSR Variabel independen: Ukuran perusahaan,	Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap CSR
4.	Reverte, Carmelo (2008)	Variabel Dependen: <i>CSR disclosure</i> Variabel independen: Sensitivitas industri, profitabilitas, struktur kepemilikan, pengungkapan media international listing, leverage	Ukuran perusahaan, sensitivitas industri, pengungkapan media berpengaruh positif terhadap indeks pengungkapan CSR perusahaan sedangkan variabel independen yang lain tidak berpengaruh signifikan
5	Hackston, D. and	Variabel Dependen:	Tidak ada hubungan

	Milne, M.J. (1996)	social and environmental disclosures Variabel independen : profitabilitas	antara profitabilitas dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan
6	Mahdiyah, Fathimatul (2008)	Variabel Dependen: Pengungkapan tanggung jawab sosial Variabel independen: Ukuran perusahaan,	Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Pengungkapan tanggung jawab sosial
7	Prior, Diego; Surroca, Jordi; and Tribo, Josep A. (2008)	Variabel Dependen: <i>Corporate Social Reporting</i> Variabel independen: <i>earnings management</i>	<i>There was a positive impact of earnings management practices on CSR</i>
8	Gamerschlag, Ramin, Moeller, Klaus and Verbeeten, Frank. (2011)	Variabel Dependen: <i>Corporate Social Reporting</i> Variabel independen: <i>Size, Profitability, and industry membership</i>	<i>There was a positive impact of size, profitability, and industry membership on CSR</i>

2.8. Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian

Model Penelitian ini merupakan penelitian kausalitas yang menguji pengaruh variabel independen yaitu manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Ada empat variabel independen dalam penelitian ini yang diprediksi berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan yaitu Manajemen Laba, Kepemilikan Manajerial, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas. Kerangka pemikiran teoritis untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran Teoritis Penelitian



2.9 Pengembangan Hipotesis Penelitian

Dalam penelitian ini diusulkan empat hipotesis penelitian sebagaimana digambarkan dalam kerangka pemikiran pada Gambar 2.1. Ada empat variabel independen yaitu : manajemen laba, kepemilikan managerial, ukuran perusahaan dan profitabilitas yang diprediksikan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Pengembangan hipotesis penelitian dijelaskan pada sub bab berikut.

2.9.1 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Manajemen laba merupakan tindakan manajemen dalam merekayasa laba dengan motivasi tertentu (Scott 2003). Hal ini dapat dijelaskan dalam teori keagenan. Dalam teori ini dapat diperoleh informasi bahwa manajemen sebagai agen memiliki informasi yang lebih besar dari prinsipal sehingga pelaporannya dapat digunakan oleh manajemen dengan tujuan tertentu pula. Mengacu pada pendapat Gray *et al.* (1995), dapat dinyatakan bahwa informasi yang diungkapkan kepada *stakeholder* merupakan legitimasi tanggung jawab sosial yang telah dilakukan perusahaan, maka manajemen yang terlibat manajemen laba cenderung menyadari bahwa pengungkapan lingkungan dengan sukarela (*voluntary environmental disclosure*) dapat digunakan untuk mempertahankan legitimasi organisasional, terutama pada pihak terkait dengan politik dan sosial.

Manajemen yang memiliki wewenang dalam proses pembuatan keputusan, memiliki insentif untuk menggunakan strategi tersebut guna memenuhi harapan

para *stakeholder*. Dengan upaya mengalihkan perhatian *stakeholder* terhadap pendeteksian manajemen laba, maka manajemen yang melakukan manajemen laba lebih besar diprediksikan akan lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengalihkan perhatian *stakeholder* pada keberadaan manajemen laba. Semakin besar manajemen melakukan manajemen laba maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan. Berdasarkan pemikiran di atas maka hipotesis pertama yang diusulkan adalah:

H1 : Manajemen laba berpengaruh terhadap positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

2.9.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh manajemen. Dalam sebuah perusahaan apabila di dalamnya ada kepemilikan manajerial, maka diprediksikan akan lebih banyak memberikan informasi kepada publik agar perusahaan mendapatkan legitimasi oleh publik. Jika pimpinan tim manajemen ada yang sebagai pemegang saham maka diprediksikan akan memiliki kesadaran yang cukup untuk melaksanakan tanggung jawab sosialnya, dan melaporkan tanggung jawab tersebut dalam laporan tahunan.

Gray *et al.* (1995) menyatakan bahwa *Corporate social responsibility disclosure* merupakan bentuk laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan, dengan harapan untuk melaporkan

kepedulian perusahaan pada tanggung jawab sosial dan lingkungan kepada para *stakeholder*, dan hal tersebut dapat dipandang sebagai legitimasi dan kontribusi sosial perusahaan. Seiring dengan adanya kemungkinan terjadinya manajemen laba, maka dimungkinkan adanya kepemilikan manajemen dapat mempengaruhi luasnya pengungkapan sosial perusahaan. Hal ini terkait dengan pemilik perusahaan yang sekaligus menjadi manajemen perusahaan (adanya kepemilikan manajerial) ingin mengalihkan perhatian manajemen laba kepada pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Penelitian yang menguji adanya hubungan kepemilikan manajerial dengan kinerja perusahaan adalah penelitian yang dilakukan oleh Huang, Hsiao, dan Lai (2007), oleh karena itu kinerja yang positif akan cenderung dilaporkan dalam laporan tahunan. Guna memperoleh legitimasi yang lebih besar maka keberadaan pemilik yang sekaligus sebagai pemegang saham dapat mendorong perusahaan untuk lebih luas dalam mengungkapkan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Dari pemikiran di atas dirumuskan hipotesis kedua sebagai berikut:

H2 : Kepemilikan manajerial berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

2.9.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Banyak penelitian sebelumnya mendapatkan bukti empiris tentang hubungan antara ukuran perusahaan dengan *corporate social and environment disclosure* (Siregar, 2010; Mahdiyah, 2010; Zaleha, 2005). Semakin besar

perusahaan maka semakin banyak mempunyai sumber daya untuk melaksanakan aktivitas yang menjadi tanggung jawab sosial dan lingkungannya. Tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dilaporkan dalam laporan tahunan sebagaimana diamanahkan dalam Pasal 66 UU nomor 40 Tahun 2007. Lerner (1991) sebagaimana dikutip oleh Siregar (2010) juga menyatakan bahwa semakin besar aset sebuah perusahaan maka semakin besar tanggung jawab sosialnya, dan hal ini akan dilaporkan dalam laporan tahunan, sehingga pengungkapannya juga semakin luas. Hal ini juga didukung dengan penelitian Cowen (1987). Atas dasar pemikiran ini maka diusulkan hipotesis alternatif ketiga yaitu:

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

2.9.4 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan

Heinze (1976); Plorence *et al.* (2004); dalam Zaleha (2005) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk melakukan dan mengungkapkan kepada pemegang saham program tanggung jawab sosial secara luas, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin luas pengungkapan informasi sosial.

Beberapa penelitian yang menguji pengaruh profitabilitas didasarkan pada *legitimacy theory* yang mengakui adanya hubungan antara kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan dengan

profitabilitas perusahaan yang bersangkutan (Sun *et al.*, 2010). Perusahaan dengan manajemen yang memiliki pengetahuan akan mampu menciptakan profit dan akan memahami pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang pada akhirnya akan diungkapkan dalam laporan tahunan.

Giner (1997) dalam Sun *et al.* (2010) menyatakan bahwa dalam konteks teori keagenan, manajemen yang *profitable* akan menyajikan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan untuk mendukung posisi para manajer yang bersangkutan dan mendapatkan kompensasi. Sedangkan menurut teori *stakeholder*, profitabilitas dapat dipandang sebagai variabel yang diprediksikan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan baik secara negatif maupun positif tergantung apakah perusahaan mengalami rugi atau mendapatkan laba. Ketika perusahaan mengalami keuntungan, perusahaan akan memberikan pengungkapan yang relatif sedikit dengan alasan karena masih sedikitnya kegiatan sosial atau lingkungan. Tapi sebaliknya apabila dalam kondisi tidak untung maka perusahaan dapat mengungkapkan banyak kegiatan investasi untuk tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagai alasan banyaknya pengeluaran untuk pelaksanaan tanggung jawab yang bersangkutan. Atas dasar pemikiran ini maka diusulkan hipotesis alternatif keempat yaitu:

H4 : Profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian adalah obyek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Dalam penelitian ini terdapat 5 variabel utama yaitu:

- a. Variabel dependen adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Variabel dependen pada penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan.
- b. Variabel independen adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah manajemen laba, kepemilikan manajerial, ukuran perusahaan, dan profitabilitas.

3.1.1 Definisi operasional dan Pengukuran variabel dependen:

Variabel dependen penelitian ini adalah pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan (*Corporate Social and Environmental Disclosures*) sebagai bentuk *Corporate Sosial and Environmental Reporting*). Variabel ini didefinisikan sebagai pengungkapan yang terkait dengan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan sebagai bentuk pelaporan pertanggung jawaban sosial dan lingkungan oleh perusahaan sebagaimana diatur dalam UU Nomor 40 tahun 2007 pasal 66. Variabel ini diukur dengan luasnya pengungkapan baik yang wajib maupun sukarela terkait tanggung jawab sosial dan lingkungan

dengan menggunakan indeks, sehingga notasi variabel ini menggunakan *Corporate Sosial and Environmental Disclosures* (CSED).

Menurut Hackston dan Milne (1996) dalam Sembiring (2005), pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan terdiri dari 90 *item* pengungkapan yang meliputi tujuh tema yaitu: (1) lingkungan, (2) energi, (3) kesehatan dan keselamatan tenaga kerja, (4) lain-lain tentang tenaga kerja, (5) produk, (6) keterlibatan masyarakat, dan (7) umum. Namun, dengan adanya peraturan Bapepam tentang laporan tahunan dan kesesuaian *item* untuk diaplikasikan di Indonesia, maka penyesuaian dilakukan, dimana dua belas *item* dihapuskan karena kurang sesuai untuk diaplikasikan dengan kondisi di Indonesia. Dengan dihapuskannya 12 *item* yang kurang sesuai tersebut maka jumlah *item* pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan tinggal 78 *item* pengungkapan (Sembiring 2005).

Untuk mengukur *Corporate Social and Environmental Disclosure* dapat digunakan metode *content analysis* (Siregar, 2010). Metode ini dilakukan dengan memberikan checklist atas CSED yang masuk dalam 7 tema di atas dan dihitung jumlah *item* pengungkapan seluruhnya yang dinyatakan ke dalam sebuah indeks. Apabila perusahaan mengungkapkan *item* maka diberi nilai 1, dan apabila tidak mengungkapkan maka dinilai 0. Variabel ini diukur dengan penjumlahan *item* yang diungkapkan dibagi dengan total *item* sebagaimana dianjurkan dalam *Global Reporting Inisiatives* (GRI) yang digambarkan dengan rumus sebagai berikut:

$$CSED_i = \frac{\sum X_i}{n_i}$$

Keterangan :

$CSED_i$ = *Corporate Social and Environmental Disclosures Index*
perusahaan i

$\sum X_i$ = Jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan i

n_i = Total item, $n_i = 78$

3.1.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel Independen

Variabel independen adalah Manajemen Laba atau *discretionary accrual* (DA), Kepemilikan Manajerial (MO), Ukuran Perusahaan (SIZE), dan Profitabilitas (ROA). Berikut definisi dan pengukuran variabel independen:

3.1.2.1 Manajemen laba,

Mengadopsi definisi manajemen laba yang diberikan Scott (2003), maka manajemen laba didefinisikan sebagai “*the choice by a manager of accounting policies so as to achieve some specific objective.*” Dari definisi tersebut dapat diartikan bahwa suatu keputusan yang dibuat manajemen dalam menentukan kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan tertentu. Manajemen laba dalam penelitian ini diproksi dengan *discretionary accruals* (DA) model Jones sebagaimana digunakan oleh Dechow et al. (1995).

Pengukuran Variabel manajemen laba menurut *modified* Jones (Dechow et al. 1995) dapat dilakukan dengan urutan sebagai berikut:

a. Total akrual diukur dengan model berikut :

TA = NI – CF yang mana :

TA = *Total accrual*

NI = *Net income after tax*

CF = *Net cash flow from operating*

b. Sedangkan *discretionary accrual* (DA) diukur dari residual dari persamaan atau model berikut:

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left[\frac{1}{A_{it-1}} \right] + \beta_{1i} \left[\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right] + \beta_{2i} \left[\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right] \beta_{3i} \left[\frac{ROA}{A_{it-1}} \right] + \epsilon_{it}$$

yang mana

A_{it-1} = Total asset perusahaan i pada periode t-1

α = Konstanta

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

ΔREV_{it} = Perubahan penjualan dari tahun t-1 ke tahun t perusahaan i

ΔREC_{it} = Perubahan piutang dari tahun t-1 ke tahun t perusahaan i

PPE_{it} = *Gross property, plant, and equipment* perusahaan i pada tahun t

ROA_{it} = *Return on Asset* pada tahun t

ϵ_{it} = error

3.1.2.2 Kepemilikan manajerial.

Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham perusahaan oleh tim manajemen. Dalam hal ini ada pemegang saham yang merangkap sebagai anggota direksi atau tim manajemen perusahaan. Variabel ini diperlakukan sebagai variabel dummy yang diukur dengan 1 untuk perusahaan yang memiliki kepemilikan manajerial, dan 0 yang tidak ada kepemilikan manajerialnya. Pengukuran ini untuk menggambarkan apakah ada perbedaan luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan oleh perusahaan yang ada kepemilikan manajerialnya dan tidak ada kepemilikan manajerialnya.

3.1.2.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besarnya kecilnya perusahaan dilihat dari berbagai aspek. Penelitian ini menggunakan proksi total aset untuk mewakili ukuran perusahaan. Semakin besar total aset maka semakin besar ukuran perusahaan. Variabel ini diukur dengan Ln aset.

3.1.2.4 Profitabilitas

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, dan ekuitas. Semakin tinggi profitabilitas, maka semakin tinggi efisiensi perusahaan dalam memanfaatkan fasilitas perusahaan (Sartono, 2001) Penelitian ini menggunakan ROA sebagai proksi dari profitabilitas. ROA memperlihatkan kemampuan perusahaan dalam melakukan efisiensi penggunaan total assets untuk operasional

perusahaan. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung ROA adalah sebagai berikut:

$$\text{ROA} = \frac{\text{LABA BERSIH SETELAH PAJAK}}{\text{TOTAL ASSET}}$$

Data ROA dapat diperoleh langsung dari *Indonesia Capital Market Directory* (ICMD).

3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) yang mempublikasikan laporan keuangan dan *annual reportnya* untuk tahun buku tahun terakhir yaitu 2008-2009. Kriteria populasi ini didasarkan atas pertimbangan berikut: 1) Perusahaan manufaktur terbuka terdaftar di BEI memiliki data yang dapat diakses oleh umum 2) Perusahaan publik yang terdaftar di BEI memiliki kewajiban lebih besar untuk menerapkan *corporate sosial and environmental Responsibility*, 3) Perusahaan manufaktur memiliki akrual lebih banyak dari pada jenis industri lainnya, 4) Tahun yang dipilih adalah tahun setelah diberlakukan UU nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan yaitu tahun 2008 dan tahun 2009.

Penelitian ini menggunakan data sekunder dalam bentuk *pooled data* yaitu pengamatan tahun 2008 dan 2009. Sampel dipilih dengan metode *purposive sampling* dengan kriteria berikut:

1. Perusahaan mempublikasikan laporan keuangan auditan untuk 2 tahun terakhir yaitu 2008-2009.

2. Perusahaan menyajikan *annual report* tahun 2008-2009 tersedia di Pojok BEI atau website perusahaan

Dari kriteria tersebut diperoleh jumlah sampel 112 perusahaan.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang bersumber dari laporan keuangan auditan dan *annual report* perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2008-2009. Laporan ini dapat diperoleh dari *annual report* dan laporan keuangan auditan yang tersedia pada Pusat Referensi Efek Indonesia di Undip, dan sumber lainnya.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Data dikumpulkan dengan metode dokumentasi tentang hal-hal dan dokumen yang berkaitan dengan variabel penelitian. Data yang diperlukan antara lain informasi tentang Pengungkapan terkait dengan lingkungan dan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan, data untuk pengukuran Manajemen laba, Kepemilikan manajerial, Ukuran Perusahaan, dan Profitabilitas.

3.5 Metode Analisis

Data yang telah dikumpulkan ditabulasikan untuk diproses dalam olah data dengan SPSS versi 17. Metode analisis untuk uji hipotesis digunakan analisis regresi linier berganda. Sebelum uji regresi dilakukan analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran variabel

penelitian yang mencakup nilai minimum, nilai maksimum, mean, dan standar deviasi. Untuk variabel dummy dilakukan analisis deskriptif distribusi frekuensi. Dalam analisis regresi juga sekaligus dilakukan uji asumsi klasik (normalitas, heteroskedastisitas, multikolinieritas, dan autokorelasi).

3.5.1 Analisis Deskriptif.

Analisis ini merupakan analisis untuk mengetahui karakteristik variabel untuk membantu dalam menjelaskan hasil penelitian yang terdiri atas rata-rata, standar deviasi, nilai minimum, nilai maksimum data empiris. Untuk menganalisis variabel dummy digunakan analisis distribusi frekuensi yaitu analisis yang menggambarkan jumlah perusahaan yang diwakili oleh masing-masing nilai.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Oleh karena model penelitian ini menggunakan alat analisis regresi maka data diuji apakah memenuhi uji asumsi klasik guna memenuhi BLUE (*the best linier unbiased estimator*). Uji asumsi klasik dilakukan karena menjadi persyaratan regresi agar model linier tidak bias sebagai estimator. Uji asumsi klasik yang dilakukan meliputi:

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Seperti diketahui bahwa uji t dan uji F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Kalau asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid

untuk jumlah sampel kecil. Ada dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal yaitu uji statistik dan analisis grafik (Ghozali, 2007).

Analisis dilakukan dengan melihat tampilan grafik histogram maupun grafik normal plot. Data dikatakan berdistribusi normal apabila titik-titik dalam normal plot menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal; atau dengan melihat grafik histogram, data berdistribusi normal apabila gambar data menyerupai lonceng. Kedua grafik ini dapat digunakan untuk menunjukkan normalitas data sehingga data layak untuk model regresi.

3.5.2.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini digunakan dengan uji scatter plot dalam program SPSS. Apabila seluruh titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y maka gambar demikian dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi model (Ghozali, 2007).

3.5.2.3 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem korelasi. Auto korelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lain. Masalah ini muncul karena residual (kesalahan) pengganggu tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu atau *time series* karena “gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” pada individu / kelompok yang sama pada periode berikutnya.

Penelitian ini tidak melakukan uji autokorelasi, dikarenakan data yang digunakan merupakan data *cross section* dan tidak melibatkan data runtut waktu, yaitu pengamatan banyak obyek pada satu tahun yaitu tahun 2009.

3.5.2.4 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal artinya, variabel nilai korelasi antar sesama variabel sama dengan nol. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas di dalam model regresi digunakan uji dengan melihat nilai tolerance dan lawannya yaitu nilai *inflation factor* (Ghozali, 2007).

3.5.3 Uji Hipotesis

Analisis untuk menguji hipotesis digunakan alat uji regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS versi 17. Setelah dilakukan pengujian atas asumsi klasik baru dilakukan analisis regresi linier berganda untuk menguji hipotesis yang diajukan. Persamaan statistik pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen digambarkan ke dalam formula berikut:

$$\text{CSED} = \alpha + \beta_2 (\text{DA})_{it} + \beta_3 (\text{MO})_{it} + \beta_4 (\text{SIZE})_{it} + \beta_5 (\text{ROA})_{it} + \epsilon_{it}$$

Yang mana:

CSED = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (*Corporate Social and Environmental Disclosures*)

DA = *Discretionary Accrual* dengan model Jones (1991) sebagai proksi dari Manajemen Laba

MO = *Manajerial Ownership* atau Kepemilikan Manajerial diperlakukan sebagai variabel dummy

SIZE = Ln Total Asset sebagai proksi dari Ukuran Perusahaan

ROA = *Return On Asset* sebagai proksi dari Profitabilitas

ϵ_{it} = *error*

Dengan persamaan statistik di atas, hipotesis alternatif akan diterima dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila tingkat sig dari hasil analisis lebih kecil dari 0,05 maka hipotesis penelitian diterima.