

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE*  
*SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
*EARNINGS MANAGEMENT* :  
*A POLITICAL COST PERSPECTIVE***

**Studi pada Perusahaan Pertambangan dan Manufaktur yang Terdaftar di  
BEI periode 2010-2012**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**RANI EVADEWI**

**NIM. 12030110120004**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2014**

## **PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Rani Evadewi  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120004  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP *EARNINGS*  
*MANAGEMENT : A POLITICAL COST*  
*PERSPECTIVE* (Studi pada Perusahaan  
Pertambangan dan Manufaktur yang  
Terdaftar di BEI Periode 2010-2012)**  
Dosen Pembimbing : Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt.

Semarang, 4 Maret 2014

Dosen Pembimbing,

(Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt.)

NIP : 19760522 200312 1001

## **PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Mahasiswa : Rani Evadewi  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030110120004  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/ Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*  
TERHADAP *EARNINGS*  
*MANAGEMENT : A POLITICAL COST*  
*PERSPECTIVE* (Studi pada Perusahaan  
Pertambangan dan Manufaktur yang  
Terdaftar di BEI periode 2010-2012)**

**Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 14 Maret 2014**

Tim Penguji

1. Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt. (.....)
2. Faisal, S.E., M.Si., Akt., Ph.D (.....)
3. Dr. H. Raharja, M.Si., Akt (.....)

## PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Rani Evadewi, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Management : A Political Cost Perspective* (Studi pada Perusahaan Pertambangan dan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2010-2012) 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 sebagai 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 lainnya.

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 ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 4 Maret 2014  
Yang membuat pernyataan,

( Rani Evadewi )  
NIM : 12030110120004

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*CSR Disclosure*) terhadap *earnings management*. Variabel kontrol yang digunakan antara lain ukuran perusahaan sebagai proksi dari *political cost*, *leverage*, *Return on Assets (ROA)*, dan pertumbuhan penjualan. Pengukuran *Earnings Management* didasarkan pada perhitungan *discretionary Accruals*. Sedangkan pengukuran tanggung jawab sosial perusahaan didasarkan pada indeks CSR dari pedoman yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Inisiative (GRI)*, yang dilihat dari laporan tahunan (*annual report*) dan/ atau laporan keberlanjutan (*sustainability report*) perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur dan pertambangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2012. Metode pemilihan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *purposive sampling*. Total sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 170 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan metode regresi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan positif antara *earnings management* dengan *CSR Disclosure* tanpa adanya *political cost* untuk perusahaan dalam industri manufaktur. Sedangkan untuk perusahaan dalam industri pertambangan, ditemukan hubungan signifikan negatif antara *earnings management* dengan *CSR Disclosure* saat *political cost* diperhitungkan. Penelitian juga membuktikan bahwa *ROA* berpengaruh positif signifikan terhadap praktik *earnings management* pada perusahaan dalam industri manufaktur di Indonesia. Kemudian dalam industri pertambangan, variabel kontrol ukuran perusahaan: *size*, *leverage*, dan *ROA* berpengaruh positif signifikan terhadap *Earnings Management*.

**Kata kunci:** *Earnings Management*, *Corporate Social Responsibility (CSR)*, ukuran perusahaan, *leverage*, *Return On Assets (ROA)*, *growth*.

## **ABSTRACT**

*This study aims to obtain evidence about the influence of corporate social responsibility disclosure (CSR Disclosure) to earnings management . Control variables used include firm size as a proxy of the political cost, leverage , return on assets (ROA), and sales growth . Measurement of Earnings Management based on the calculation of discretionary Accruals . While the measurement of corporate social responsibility CSR index based on guidelines issued by the Global Reporting Initiative (GRI), which is seen from company's annual report (annual report) and/ or sustainability reports (sustainability report).*

*The population used in this study are manufacturing and mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2012 . This study uses purposive sampling method for data selection. The total sample used in this study were 170 companies. Data analysis was performed with the classical assumption and hypothesis testing of regression method .*

*The results of this study indicate that the presence of a significant positive relationship between earnings management with CSR Disclosure without political cost for companies in the manufacturing industry . As for companies in the mining industry, found a significant negative relationship between earnings management with CSR Disclosure when the political cost is taken into account. The study also proved that ROA has significant positif effect on earnings management practices at companies in the manufacturing industry in Indonesia . Then, in the mining industry , control variables which are firm size, leverage and ROA have significant positive effect on Earnings Management.*

**Key words:** *Earnings Management, Corporate Social Responsibility (CSR), ukuran perusahaan, leverage, Return On Assets (ROA), growth.*

## **MOTO DAN PERSEMBAHAN**

*"The world is full of obvious things which nobody by any chance ever observes."*

**-Sherlock Holmes-**

Bersyukurlah kepada Allah dan barang siapa yang bersyukur maka sesungguhnya ia bersyukur untuk dirinya sendiri; dan barang siapa yang tidak bersyukur maka sesungguhnya Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

(Lukman:12)

*"Tanamkan dalam khayalanmu tentang keberhasilan, lalu biarkan dia tertulis dalam benakmu."*

**-Dr. 'Aidh al-Qarni-**

*"If you only read the books that everyone else is reading, you can only think what everyone else is thinking."*

**-Haruki Murakami-**

*"There is nothing either good or bad, but thinking makes it so."*

**- William Shakespeare, Hamlet -**

**Skripsi ini saya persembahkan untuk:**

Keluarga tercinta khususnya Bapak dan Mama,  
yang selalu mendukung dan memberi semangat  
Teman, rekan, dan partner yang tersayang dan terhebat

## KATA PENGANTAR

*Assalammualaikum Wr Wb*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada kehadiran Allah SWT yang telah banyak memberikan anugerah dan karunia-Nya pada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Atas kehendak Allah SWT dan kerja keras akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Management : A Political Cost Perspective* (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan dan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2010-2012)” dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Akuntansi di Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.**

Penulis menyadari sepenuhnya penyusunan skripsi ini bukan merupakan satu hasil dari usaha dari penulis seorang dan orang-orang tertentu saja. Dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang berjasa dan membantu dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini. Untuk itu ucapan terima kasih dan penghargaan penulis sampaikan kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan rahmat-Nya penulis dimudahkan dalam proses penelitian dan akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan lancar.

2. Kedua orangtua tercinta, Agung Haryo Sediono, SIP. dan Dewi Atmurwati, SH., serta dik-adik saya, Willy Sandi Dharmawan dan Raditya Mahasin, yang selalu mendoakan dan menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi
3. Bapak Prof. Drs. H. Mohamad Nasir, M.Si., Ph.D., Akt. selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
4. Bapak Prof. Dr. Muchamad Syafruddin, M.Si., Akt., selaku ketua Jurusan Akuntansi dan juga dosen pengampu mata kuliah Seminar Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
5. Bapak Wahyu Meiranto, S.E., M.Si., Akt., selaku dosen wali dan dosen pembimbing yang telah memberikan dukungan, kritik, dan saran dalam proses penyusunan skripsi penulis sampai selesai.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnsi Universitas Diponegoro yang telah membantu dalam penyusunan skripsi dengan memberikan masukan dan kritikan yang membangun. Semoga Allah membalas semua kebaikan bapak dan ibu dosen.
7. Segenap karyawan dan staf Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan kemudahan dalam urusan adiministrasi dan pelayanan akademik.
8. Keluarga besar akuntansi angkatan 2010, yang selalu kompak dan saling membantu satu sama lain. Semoga Allah memberikan jalan yang terbaik dan kesuksesan bagi teman-teman.

9. Gengges, yang terdiri dari Widya, Shabrina, Nina, Galuh, Mentari, Bulan, Asti, Fierda, Saras, Nurin, Intan, Novia, Rina, dan Tian. Terima kasih karena telah memberikan dukungan dan motivasinya untuk penulis selama berkuliah di Universitas Diponegoro. Semoga Allah memberikan kesuksesan dan kebahagiaan bagi teman-teman.
10. Teman-teman satu dosen wali dan teman-teman satu bimbingan, Haniatun, Ridho, Nurani, Dhika, Dwi Ricky, dan Nabella.
11. Segenap teman-teman Indonesia Marketing Association (IMA SC UNDIP), yang telah memberikan pengalaman berharga bagi penulis dan memberi dukungan moriil selama penulis menjadi anggota.
12. EECC dan para *rangers*-nya, yang telah memberikan pengalaman tak terlupakan bagi penulis untuk menjadi calon pemimpin masa depan serta kenangan indah kebersamaan.
13. Beswan Djarum angkatan 2013/2013, yang memberikan pengalaman berharga, *soft skill*, serta tali pertemanan yang meluas di seluruh Indonesia.
14. Mbak Ina, mbak Intan, mas Dio, mas Abas, mas Ariawan, mbak Leditya, mbak Icha, mas Chon, dan mas Galang serta para senior yang telah memberikan bantuan kepada penulis selama penulis menjadi mahasiswa di Fakultas Ekonomika dan Bisnis.
15. Keluarga besar JK 40s, yang memberikan bantuan moriil maupun materiil dalam pengerjaan skripsi ini dan selama penulis menjadi mahasiswa.

16. Bella Andriana, yang telah membantu dalam menentukan topik skripsi dan memproses data menggunakan SPSS. Semoga diberkati Tuhan selalu.

17. Arum Sawitri dan Siska Cahyani, sebagai teman sejak SD, yang juga turut membantu dalam proses pembuatan skripsi penulis.

18. Pihak lain yang telah membantu namun belum penulis tuliskan. Semoga Allah membalas semua kebaikan yang telah diberikan kepada penulis.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Skripsi ini masih jauh dari sempurna sehingga penulis sangat berharap atas kritik dan saran dari berbagai pihak untuk penyempurnaannya.

*Wassalammualaikum Wr Wb*

Semarang, 4 Maret 2014

Penulis

Rani Evadewi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN .....	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI .....	iv
ABSTRAK .....	v
<i>ABSTRACT</i> .....	vi
MOTO DAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	11
1.3 Tujuan Penelitian .....	12
1.4 Manfaat Penelitian .....	12
1.5 Sistematika Penulisan .....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA .....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Teori.....	14
2.1.1 Teori Agensi( <i>Agency Theory</i> ).....	14
2.1.2 Teori Legitimasi ( <i>Legitimacy Theory</i> ) .....	15
2.1.3 Teori Stakeholder ( <i>Stakeholder Theory</i> ).....	16
2.1.4 <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR).....	17
2.1.5 Manajemen Laba ( <i>Earnings Management</i> ).....	18
2.1.6 <i>Leverage</i> .....	21
2.1.7 Ukuran Perusahaan .....	22
2.1.8 <i>Return On Assets</i> (ROA).....	23
2.1.9 Pertumbuhan Penjualan .....	23
2.2 Penelitian Terdahulu .....	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	27
2.4 Hipotesis.....	28
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	31
3.1.1 Variabel Dependen, <i>Earnings Management</i> .....	31
3.1.2 Variabel Independen, <i>CSR Disclosure</i> .....	33
3.1.3 Variabel Kontrol.....	34
3.1.3.1. Ukuran Perusahaan .....	34
3.1.3.2. <i>Leverage</i> .....	34
3.1.3.3 <i>Return on Assets</i> (ROA) .....	35
3.1.3.4. Pertumbuhan Penjualan .....	35

3.2 Populasi dan Sampel .....	36
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	36
3.4 Metode Pengumpulan Data .....	37
3.5 Metode Analisis Data .....	37
3.5.1 Statistik Deskriptif .....	37
3.5.2 Uji Asumsi Klasik .....	37
3.5.2.1 Uji Normalitas .....	37
3.5.2.2 Uji Multikolinearitas .....	38
3.5.2.3 Uji Autokorelasi .....	39
3.5.2.4 Uji Heteroskedastisitas .....	39
3.5.3 Uji Hipotesis .....	40
3.5.3.1 Uji Koefisien Determinasi .....	41
3.5.3.2 Uji Pengaruh Simultan (F test) .....	41
3.5.3.3 Uji Parsial (t Test) .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Deskripsi dan Objek Penelitian .....	43
4.2 Analisis Data .....	43
4.2.1 Statistik Deskriptif .....	44
4.2.2. Uji Asumsi Klasik .....	50
4.2.2.1. Uji Normalitas .....	50
4.2.2.2. Uji Autokolerasi .....	53
4.2.2.3. Uji Multikolonieritas .....	55
4.2.2.4. Uji Heteroskedastisitas .....	56
4.3. Hasil Uji Hipotesis .....	58
4.3.1. Koefisien Determinasi .....	58
4.3.2. Uji Simultan (uji F) .....	60
4.3.3. Uji Parsial (uji t) .....	61
4.3.3.1. Pengujian Hipotesis 1 .....	63
4.3.3.2. Pengujian Hipotesis 2 .....	63
4.4 Interpretasi Hasil .....	64
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Keterbatasan Penelitian .....	72
5.3 Saran .....	72
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>77</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 4.1. Sampel Penelitian.....	43
Tabel 4.2. Statistik Deskriptif Perusahaan Manufaktur .....	44
Tabel 4.3. Statistik Deskriptif Perusahaan Pertambangan .....	44
Tabel 4.4. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Perusahaan Manufaktur.....	52
Tabel 4.5. Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Perusahaan Pertambangan.....	52
Tabel 4.6. Hasil Runs Test Perusahaan Manufaktur .....	54
Tabel 4.7. Hasil Runs Test Perusahaan Pertambangan .....	54
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolonieritas Perusahaan Manufaktur .....	55
Tabel 4.9. Hasil Uji Multikolonieritas Perusahaan Pertambangan .....	56
Tabel 4.10. Hasil Uji Heteroskedastisitas Perusahaan Manufaktur .....	57
Tabel 4.11. Hasil Uji Heteroskedastisitas Perusahaan Pertambangan .....	58
Tabel 4.12. Koefisien deterimanasi Perusahaan Manufaktur.....	59
Tabel 4.13. Koefisien deterimanasi Perusahaan Pertambangan.....	59
Tabel 4.14. Hasil Uji Simultan F Perusahaan Manufaktur .....	60
Tabel 4.15. Hasil Uji Simultan F Perusahaan Pertambangan .....	60
Tabel 4.16 Hasil Uji Statistik t Perusahaan Manufaktur .....	61
Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik t Perusahaan Pertambangan.....	62

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran .....	27
Gambar 4.1. Grafik Normal P-Plot Perusahaan Manufaktur .....	51
Gambar 4.2. Grafik Normal P-Plot Perusahaan Pertambangan .....	51

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Indeks GRI .....	77
Lampiran 2. Hasil Regresi .....	84

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Laporan keuangan adalah salah satu bentuk pertanggungjawaban manajemen terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan. Seperti yang dinyatakan dalam PSAK No. 1, laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi. Laporan keuangan juga menunjukkan hasil pertanggungjawaban manajemen atas penggunaan sumber daya yang dipercayakan kepada mereka.

*Earnings Management* atau manajemen laba diduga muncul atau dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan (Gumanti, 2000). Lebih lanjut dalam Gumanti (2000), menurut Merchant dan Rockness (1994 : 79) dari sudut etika manajemen laba diartikan sebagai “*any action on the part of management which affects reported income and which provides no true economic advantage to the organization and may in fact, in the long-term, be detrimental*”. Sedangkan menurut Schiper (1989) dalam Subramanyam dan Wild (2012), manajemen laba dapat didefinisikan sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi.

Sebelum penggunaan standar akuntansi internasional (IFRS), di bawah GAAP, manajemen memiliki fleksibilitas yang tinggi untuk melakukan manipulasi laba. Ditambah pula, praktik manajemen laba banyak dilakukan juga karena terkadang sulit dideteksi oleh pengguna laporan keuangan. Manajemen laba tidak hanya murni manipulasi angka laporan keuangan untuk mencapai target yang diinginkan oleh *stakeholders*. Magnan dan Cormier (1997) dalam Gumanti (2000) menyatakan bahwa ada tiga sasaran yang dapat dicapai oleh manajer sehubungan dengan praktek manajemen laba. Ketiga sasaran tersebut adalah minimisasi biaya politis (*political cost minimization*), maksimisasi kesejahteraan manajer (*manager wealth maximization*), dan minimisasi biaya finansial (*minimization of financing costs*). Sasaran manajemen laba dapat mencakup banyak aspek dalam perusahaan baik demi keuntungan pribadi manajer maupun perusahaan secara keseluruhan.

Beberapa penelitian sebelumnya mengenai manajemen laba terkait *political cost* sudah banyak dilakukan. Patten dan Trompeter (2003) dalam Purwamitha dan Cahyonowati (2011) menyatakan bahwa *Corporate Social Disclosure* dan *Earnings Management* berhubungan satu sama lain. Seperti yang selanjutnya dinyatakan oleh Patten dan Trompeter bahwa perusahaan yang tidak merespon tekanan politik dengan *Corporate Social Disclosure* akan melakukan *Earnings Management* untuk menurunkan *earnings* untuk mengurangi ancaman atas tekanan politik. Kemudian ada penelitian oleh Yip, *et al.* (2011) mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap tingkat manajemen laba yang dipengaruhi oleh *political cost*.

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi memiliki berbagai tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR berhubungan erat dengan *sustainability* perusahaan atau "pembangunan berkelanjutan", dimana perusahaan tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi seperti laba namun juga dampak keputusannya terhadap lingkungan dan sosial. Dengan pengertian tersebut, CSR dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (minimalisasi dampak negatif dan maksimalisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingannya (*id.wikipedia.org*).

Perusahaan, secara etika, harus bertanggung jawab kepada pemegang kepentingan perusahaan. Menurut Chun (2005) dalam Yip, *et al.* (2011), organisasi yang etis akan menunjukkan integritas dengan menjadi jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya. Kotler dan Lee (2005) dalam Solihin (2009) memberikan rumusan dimana : *Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well being through discretionary business practices and contribution of corporate resources.*

Dalam pengertian CSR yang dikemukakan Kotler dan Lee sebelumnya, ditekankan bahwa CSR adalah bentuk dari *discretionary business* yang dilakukan oleh manajemen suatu perusahaan. Hal ini mendukung teori etika dalam berbisnis yaitu salah satunya dengan menerapkan *Corporate Social Responsibilities*. Namun dalam retorika CSR yang diungkapkan oleh Milton Friedman dalam

Ghillyer (2012) mengenai konflik kepentingan yang terjadi ketika suatu perusahaan melakukan aktivitas tanggung jawab sosialnya, sebagai agen, perusahaan harus mementingkan kepentingan investor yang lebih memilih memaksimalkan laba dibanding melakukan kegiatan sosial. Perusahaan tidak bisa menjadikan kegiatan tanggung jawab sosialnya sebagai sebuah bentuk kegiatan amal karena sumber daya yang dimilikinya berasal dari kekayaan investor. Di sisi lain, perusahaan juga harus menjaga hubungan baik dengan *stakeholder* lainnya seperti pemasok, karyawan, masyarakat, dan lainnya. Adanya kepentingan yang berbeda dari *shareholder* dengan *stakeholder* lainnya membuat tujuan dari kegiatan CSR menjadi tidak jelas. Friedman berpendapat bahwa konflik kepentingan ini harus disikapi dengan bijak oleh perusahaan. Perusahaan harus bisa memanfaatkan aktivitas tanggung jawab sosialnya untuk memaksimalkan laba bukan menggunakan kekayaan *shareholder* untuk kegiatan yang nantinya menjadi sebuah *competitive disadvantage*.

Isu-isu yang menyinggung masalah tanggung jawab sosial perusahaan antara lain seperti kasus lumpur dan gas panas di Kabupaten Sidoarjo yang disebabkan eksploitasi gas PT Lapindo Brantas, perusakan lingkungan karena aktivitas operasi PT Freeport, dan pelanggaran CSR yang dilakukan PT Silva Inhutani. Dalam kasus PT Lapindo, perusahaan lebih mengutamakan penyelamatan aset - asetnya daripada mengatasi persoalan lingkungan dan sosial yang ditimbulkan, sehingga menimbulkan isu sosial dan berdampak buruk pada masyarakat yang tinggal di sekitar tempat pengeboran. Kemudian eksplorasi sumberdaya alam yang dilakukan oleh PT Freeport Indonesia, yang

selama bertahun-tahun dan telah menghasilkan triliunan rupiah ke dalam perusahaan tersebut, tidak diimbangi oleh perhatian khusus kepada masyarakat sekitar pertambangan yang masih hidup dalam garis kemiskinan. Bahkan di daerah-daerah tertentu masih ditemui kasus penduduk yang meninggal karena kelaparan (Firman Syah, 2009). Sedangkan PT Silva Inhutani, Lampung, melakukan tujuh pelanggaran diantaranya yaitu membiarkan pembuangan limbah di hutan register 45, tidak melaksanakan kewajiban penanaman lima persen (5%) tanaman kehidupan dengan pola kemitraan, tidak melaksanakan program *corporate social responsibility* (CSR), serta menyewakan lahan pada pihak ketiga ([www.suarapembaruan.com](http://www.suarapembaruan.com)).

Solihin (2009) dalam bukunya '*Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*' mengatakan bahwa regulasi pelaksanaan CSR untuk kegiatan usaha di bidang sumber daya alam dan/ atau berkaitan dengan sumber daya alam dapat dipandang sebagai langkah preventif untuk mencegah terjadinya dampak negatif lebih besar yang dapat ditimbulkan oleh perusahaan yang bergerak di industri tersebut. Ditambah dengan dikeluarkannya peraturan mengenai *mandatory disclosure*, hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia kini melaporkan kinerja tanggung jawab sosialnya melalui *sustainability report* maupun melalui *annual report*. Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 1 poin 3 mengungkapkan bahwa 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. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan mempunyai tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan setempat, serta wajib melaporkannya kepada *stakeholder* perusahaan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan juga diatur dalam pasal 15 ayat b UU Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, yang menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melakukan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Undang-Undang ini, yang dimaksud dengan "tanggung jawab sosial perusahaan" adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat.

Gray *et al.*(1995) dalam Amal dan Syafruddin (2011) 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 guna memberitahukan pihak yang berkepentingan tentang aktivitas yang telah dilakukan perusahaan tersebut.

Chih *et al.* (2010) menyatakan ada tiga dimensi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dimensi ekonomi menyajikan empat kriteria : *corporate governance*, manajemen risiko dan krisis, kode etik/ kepatuhan/ korupsi dan suap, dan kriteria industri-khusus. Dimensi lingkungan menyajikan tiga kriteria : kinerja lingkungan (*eco-efficiency*), pelaporan lingkungan, dan kriteria industri-khusus. Sedangkan untuk dimensi sosial, Chih *et al.* (2010), menyebutkan enam kriteria :

pengembangan modal manusia, daya tarik bakat dan retensi, indikator praktik perburuhan, *corporate citizenship* (filantropi/ kegiatan amal), pelaporan sosial, dan kriteria industri-khusus.

Dari indikator-indikator yang diungkapkan oleh Chih *et al.* (2010), semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap isu-isu yang ada, sangat penting untuk aspek penilaian keberlanjutan (*sustainability*). Menyediakan pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah salah satu cara perusahaan untuk memberitahu *stakeholder* mereka tentang bagaimana mereka bertanggung jawab pada isu-isu ini (Yip, *et al.* 2011). Menurut Arifin, *et al.* (2012), alasan yang mendorong perusahaan perlu memperhatikan kepentingan *stakeholder*, yaitu: (1) isu lingkungan melibatkan berbagai kepentingan berbagai kelompok dalam masyarakat yang dapat mengganggu kualitas hidup mereka, (2) dalam era globalisasi telah mendorong produk-produk yang diperdagangkan harus bersahabat dengan lingkungan, (3) para investor dalam menanamkan modalnya cenderung untuk memilih perusahaan yang memiliki dan mengembangkan kebijakan dan program lingkungan, (4) LSM dan pencinta lingkungan makin vokal dalam mengkritik perusahaan-perusahaan yang kurang peduli terhadap lingkungan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan pengungkapan demi akuntabilitasnya terhadap pemegang kepentingan (*stakeholder*).

Pengungkapan (*disclosure*) itu sendiri didefinisikan oleh Hendriksen dan Breda (2002) dalam Widayatmoko dan Ardiyanto (2011) sebagai penyediaan atau penyampaian informasi keuangan tentang suatu perusahaan di dalam laporan

keuangan, biasanya berupa laporan tahunan. Terdapat dua jenis pengungkapan, yaitu pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) dan pengungkapan sukarela (*voluntary disclosure*). Pengungkapan kegiatan CSR saat ini hampir seluruhnya merupakan *mandatory disclosure*, sejak adanya Undang-Undang yang mengatur mengenai *Corporate Social Responsibility*.

Meski telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang (Kristi, 2013). Menurut Nuswantara (2012), kedua peraturan yang mengatur tentang lingkungan yang berlaku di Indonesia saat ini hanya mengatur masalah yang bersifat normatif, sehingga interpretasi dalam aplikasinya sangat subjektif dan bervariasi. Solihin (2009) mengungkapkan bahwa UU Nomor 40 Pasal 74 tidak begitu memberi penjelasan mengenai kriteria perusahaan yang diwajibkan melakukan CSR, sanksi apa yang didapat perusahaan yang tidak melakukan CSR, dan berapa besar anggaran minimum yang diwajibkan untuk kegiatan CSR.

Beberapa penelitian yang telah dilakukan terhadap aktivitas CSR lebih banyak menggunakan indeks CSR yang digunakan beberapa negara di dunia dalam pengungkapan laporan CSR. Munif (2010) dalam Ardian dan Rahardja (2013) 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.

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 yang menimbulkan asimetri informasi (*Agency Theory*). Hal ini dapat menyebabkan manajer memiliki inisiatif merekayasa laba yang dilaporkan untuk memaksimumkan kepentingannya. Dengan asumsi 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 (*earnings management*) 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*.

*Financial Leverage* atau pengungkit keuangan menggambarkan kemampuan perusahaan dalam pembiayaan kegiatan operasinya melalui hutang. Semakin tinggi tingkat *leverage*, menunjukkan bahwa perusahaan terlalu tergantung pada pembiayaan melalui hutang, dan mengurangi keyakinan *stakeholder* akan keberlanjutan (*sustainability*) perusahaan. Menurut Sembiring (2006), perusahaan dengan tingkat *leverage* tinggi cenderung mengungkapkan

sedikit informasi dalam laporan CSR agar tidak menjadi sorotan *debtholders*. Sedangkan menurut Sun, *et al.* (2012), leverage tidak memiliki hubungan yang signifikan terhadap CED (*Corporate Environmental Disclosure*). Penelitian yang pernah dilakukan sampai saat ini menempatkan tingkat *leverage* sebagai variabel kontrol antara hubungan pengungkapan CSR dengan *earnings management*.

Biaya politis (*political cost*) yang menjadi variabel kunci dalam hubungan antara praktik manajemen laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sudah banyak diteliti sebelumnya. Biasanya biaya politis ini diproksikan dengan ukuran perusahaan. Menurut Sembiring (2006), ukuran perusahaan menjadi variabel penduga untuk menjelaskan variasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Dalam penelitian tersebut dinyatakan bahwa perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, sehingga pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial. Sedangkan menurut Yip, *et al.* (2011), dalam teori *political cost*, perusahaan besar akan besar kemungkinan menggunakan metode akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan dan/ atau membuat pengungkapan lain untuk mengurangi biaya politis.

Praktik manajemen laba bukanlah hal yang baru dan pengungkapan CSR kini bukanlah lagi bersifat sukarela, namun belum ada kejelasan mengenai seberapa banyak informasi harus disajikan. Banyaknya informasi yang diungkapkan dapat mempengaruhi manajemen laba (*earnings management*), dan beberapa faktor lainnya yang memiliki pengaruh kontrol seperti *leverage*, ROA, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Penelitian ini juga dilakukan

karena beberapa alasan. Yang pertama adalah adanya berbagai hasil penelitian yang saling bertolak belakang dan tidak konsisten (*research gap*) dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan *Earnings Management*. Yang kedua, penelitian ini merupakan replika dari penelitian Yip, *et al.* (2011) dengan menggunakan data yang ada di Indonesia pada perusahaan manufaktur dan pertambangan.

Pemikiran di atas memotivasi untuk dilakukan penelitian yang menguji apakah pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan (*Corporate Social and Enviromental Disclosures*) mempengaruhi tingkat manajemen laba (*earnings management*) oleh manajemen. Judul yang diberikan dalam penelitian ini adalah: **Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Management* : A *Political Cost Perspective* (Studi pada Perusahaan Pertambangan dan Manufaktur yang Terdaftar di BEI periode 2010-2012)**

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan sebelumnya, rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah **“Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap *Earnings Management* : A *Political Cost Perspective*”**. Dari judul penelitian tersebut diperoleh rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Apakah pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap praktik *earnings management* jika dilihat dari perspektif etis?
- 2) Apakah pengungkapan CSR berpengaruh negatif (positif) terhadap praktik *earnings management* jika dilihat dari perspektif *political cost*?

### 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menguji hubungan antara pengungkapan CSR dengan *Earnings Management* dilihat dari perspektif etis.
- b. Untuk menguji hubungan antara pengungkapan CSR dengan *Earnings Management* dilihat dari perspektif *political cost*.

### 1.4. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi atau tambahan literatur mengenai pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap praktik *earnings management* serta dapat memacu penelitian yang lebih baik pada masa yang akan datang mengenai masalah-masalah yang dibahas dalam penelitian.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bahan evaluasi mengenai keefektifan peraturan pengungkapan CSR di Indonesia sehingga dapat menetapkan standar yang lebih jelas dan lebih baik dimasa yang akan datang.
3. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan mengenai pentingnya pengungkapan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan dan dapat dijadikan pertimbangan bagi pembuatan kebijakan perusahaan terkait tanggung jawab sosialnya ke masyarakat dan lingkungan.
4. Bagi *stakeholder*, hasil penelitian ini diharapkan dapat menilai kinerja perusahaan melalui pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial tanpa melupakan pengawasan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Dengan

adanya informasi yang jelas serta akurat, proses pengambilan keputusan untuk investor maupun kreditor diharapkan akan lebih mudah dan tepat.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

BAB I : Pendahuluan, dalam bab ini dijelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Telaah Pustaka, pada bab ini diuraikan mengenai landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran teoritis, dan pengembangan hipotesis penelitian.

BAB III : Metode Penelitian, bab ini menguraikan mengenai variabel penelitian dan definisi operasional variabel, populasi dan sampel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan, bab ini menyajikan deskripsi obyek penelitian, analisis data yang terdiri dari statistik deskriptif; hasil uji asumsi klasik; dan hasil uji hipotesis, serta interpretasi hasil penelitian.

BAB V : Penutup, pada bab ini dijelaskan tentang kesimpulan, keterbatasan, dan saran untuk penelitian selanjutnya.

## **BAB II**

### **TELAAH PUSTAKA**

#### **2.1. Landasan Teori**

##### **2.1.1. Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori Agensi menyatakan adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu *stakeholder*, dan yang menerima wewenang (agen) yaitu manajer. Jensen dan Meckling (1976) dalam Djuitaningsih dan Marsyah (2012) menyatakan hubungan keagenan adalah suatu kontrak antara investor (prinsipal) dan manajer (agen). Wewenang dan tanggung jawab agen maupun prinsipal diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Adanya asimetri informasi antara agen dan prinsipal menjadi salah satu penyebab adanya praktik manajemen laba (*earnings management*). Manajer yang memiliki informasi lebih banyak dibanding investor dapat mempercantik laporan keuangan mereka sehingga memberikan informasi yang menyesatkan dalam pengambilan keputusan oleh investor.

Dalam hal pengungkapan laporan *Corporate Social Responsibility (CSR)*, Perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk membangun citra baik bagi perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Perusahaan memerlukan biaya dalam rangka untuk memberikan informasi pertanggungjawaban sosial, sehingga laba yang dilaporkan dalam tahun berjalan menjadi lebih rendah. Di sisi lain, perusahaan tidak pernah

menginginkan laba tahun berjalannya berada di angka negatif, sehingga praktik earnings management menjadi salah satu jalan untuk tetap melaporkan laba yang tinggi saat pengungkapan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

### **2.1.2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Perusahaan berusaha menjalin hubungan baik dengan masyarakat, salah satunya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan berusaha mempertahankan legitimasinya karena dapat membantu memastikan arus kas masuk modal yang berkelanjutan, tenaga kerja dan pelanggan yang penting untuk viabilitas. Dengan memitigasi masalah ini, legitimasi menyediakan manajer dengan tingkat otonomi untuk menentukan bagaimana dan dimana bisnis akan dilaksanakan (Neu, et al. 1998, hlm. 265 dalam Tilling, 2004).

Menurut Guthrie, Cuganesan, dan Ward (2006), teori legitimasi diturunkan dari konsep legitimasi organisasional, yang didefinisikan oleh Dowling dan Pfeffer (1975, hlm. 122) sebagai :

*“... a condition or status which exists when an entity’s value system is congruent with the value system of the larger social system of which the entity is a part. When a disparity, actual or potential, exists between the two value systems, there is a threat to the entity’s legitimacy.”*

Dalam teori legitimasi, Guthrie lebih lanjut mengatakan bahwa organisasi memastikan bahwa mereka beroperasi dalam lingkaran dan norma yang dihormati masyarakat. Sehingga dapat disimpulkan bahwa teori legitimasi merupakan teori yang menjelaskan tentang hubungan perusahaan dengan masyarakat. Semakin

banyak perusahaan mengungkap informasi maka semakin tinggi pula legitimasi perusahaan tersebut di mata masyarakat.

### **2.1.3. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)**

Praktik manajemen laba tidak hanya berakibat pada pemilik perusahaan, namun juga pada *stakeholder*. Menurut Clarkson (1994) dalam Prior, *et al.* (2008), *stakeholder* adalah sekelompok orang yang menanggung beberapa bentuk risiko sebagai hasil dari berinvestasi beberapa bentuk modal, sumber daya manusia atau keuangan, sesuatu yang berharga, ke sebuah perusahaan. Dengan adanya praktik manajemen laba, *stakeholder* dapat disesatkan dengan informasi yang diungkapkan perusahaan tentang aset, transaksi, maupun posisi keuangan dan berdampak serius pada pemegang saham, kreditur, karyawan, dan masyarakat (Zahra, *et al.*, 2005 dalam Prior, *et al.*, 2008). Dan ketika *stakeholder* mencurigai adanya manipulasi keuangan, maka citra perusahaan akan menurun.

Menurut Arifin, *et al.* (2012) teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Penelitian yang dilakukan Dechow, *et al.* (1995) dalam Arifin, *et al.* (2012) menyatakan bahwa ketika *Earnings Management* terdeteksi, maka nilai perusahaan akan segera berkurang di pasar saham. Manajemen laba dapat memiliki efek pada harga saham suatu perusahaan, dan nantinya harga saham akan menurun sebagai akibat dari praktik manajemen laba. Oleh karena itu, pengungkapan CSR mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para *stakeholder* dan melaporkan keberlanjutan pengembangan bisnis mereka.

#### **2.1.4. Corporate Social Responsibility (CSR)**

Menurut Siregar (2007), program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) adalah program sosial yang memberikan kontribusi dalam pemecahan masalah sosial dalam peluang kerja, kesehatan, pendidikan, ekonomi, dan lingkungan. Menurut Chariri (2008) dalam Shobirin (2012), pengungkapan CSR (*CSR-disclosure*) sangat besar peranannya bagi perusahaan, salah satunya digunakan untuk menarik dana investasi bagi masyarakat.

Berdasarkan *Global Reporting Initiative* (GRI), pengungkapan CSR dikelompokkan menjadi 3 dimensi yaitu dimensi ekonomi, lingkungan, dan sosial. Perusahaan harus bertanggung jawab kepada lingkungan sekitarnya atas aktivitas yang dilakukan dalam ketiga dimensi tersebut. Menurut Susanto (2009) dalam Terzaghi (2012) Perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat dari aktivitas CSR tersebut, yaitu :

1. Mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan.
2. Keterlibatan dan kebanggaan karyawan.

Kebanggaan ini akan menghasilkan loyalitas sehingga karyawan akan merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras untuk kemajuan perusahaan.

3. CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya.
4. Peningkatan penjualan.

Kreteria produk yang ramah lingkungan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli barang.

5. Insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya.

#### **2.1.5. Manajemen Laba (*Earnings Management*)**

Dalam menyajikan laporan keuangannya, perusahaan menginginkan laba yang selalu konsisten. Menurut *Statement of Financial Accounting Concepts (SFAC)* No. 1, informasi mengenai laba yang diperoleh merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja manajemen. Menurut Burgstahler dan Dichev (1997), adanya insentif yang kuat untuk melakukan manajemen laba untuk menghindari pelaporan penurunan laba, dan insentif diperkirakan meningkat seiring panjangnya rangkaian kenaikan laba sebelumnya. Sedangkan Gumanti (2000) berpendapat bahwa manajemen laba berhubungan erat dengan tingkat perolehan laba (*earnings*) atau prestasi usaha suatu organisasi.

Tingkat keuntungan atau laba yang diperoleh sering dikaitkan dengan prestasi manajemen dan insentif yang diterima oleh manajemen juga tergantung oleh laba yang diperoleh. Oleh karena itu, manajemen akan berusaha mempercantik laporan keuangannya agar menunjukkan laba yang konstan dan menghindari laba yang negatif untuk menunjukkan prestasinya. Pengguna laporan keuangan perusahaan akan mempertimbangkan *earnings power* perusahaan melalui informasi laba yang didapatkan dari laporan keuangan dan menggunakan informasi tersebut untuk membuat keputusan.

Adanya kecenderungan lebih memperhatikan laba ini disadari oleh manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan informasi tersebut, sehingga mendorong timbulnya perilaku menyimpang (*dysfunctional*

*behaviour*), yang salah satu bentuknya adalah *earnings management* (Widyaningdyah, 2001). Lebih lanjut, Gumanti (2000) menyatakan bahwa manajemen laba tidak harus dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi (*accounting methods*) untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan karena memang diperkenankan menurut *accounting regulations*. Definisi manajemen laba yang diungkapkan oleh Schipper (1989) dalam Gumanti (2000) adalah “*disclosure management in the sense of purposeful intervention in the external reporting process, with intent of obtaining some private gain*”.

Sugiri (1998) dalam Widyaningdyah (2001), membagi definisi *earnings management* menjadi dua, yaitu:

a) Definisi sempit

*Earnings management* dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya *earnings*.

b) Definisi luas

*Earnings management* 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.

Roychowdhury (2006) dalam Arifin et al. (2010), menyatakan bahwa manipulasi laba dapat dilakukan dengan cara manipulasi akrual murni atau dengan memanipulasi aktivitas riil. Manipulasi laba dengan manipulasi akrual murni

merupakan manipulasi laba dengan *discretionary accrual* yang tidak memiliki pengaruh terhadap aliran kas secara langsung. Penelitian ini menggunakan *Discretionary Accrual* sebagai proksi dari *Earnings Management* yang didapatkan melalui regresi model *Total Accruals*.

Akrual merupakan komponen utama pembentuk laba dan akrual disusun berdasarkan estimat-estimat tertentu (Rahayu, 2009). Akrual merupakan selisih antara kas masuk bersih dari hasil operasi perusahaan dengan laba yang dilaporkan dalam laporan laba rugi dan bisa bersifa *discretionary accrual* dan *non-discretionary accrual* (Rahman dan Hutagaol, 2008). *Discretionary accruals* adalah suatu cara untuk mengurangi pelaporan laba yang sulit dideteksi melalui manipulasi kebijakan akuntansi yang berkaitan dengan akrual, misalnya dengan cara menaikkan biaya amortisasi dan depresiasi, mencatat kewajiban yang besar atas jaminan produk (garansi), kontinjensi dan potongan harga, dan mencatat persediaan yang sudah usang (Sulastri, 2012).

Sulastri (2012) menyatakan bahwa kualitas laba perusahaan dapat diukur dengan nilai *discretionary accrual* perusahaan. Perusahaan dengan nilai *discretionary accrual* yang tinggi menunjukkan laba perusahaan yang berkualitas rendah, sehingga mengindikasikan adanya *earnings management*. Lebih lanjut, Sulastri menyatakan bahwa akrual positif yang besar mengindikasikan bahwa *earning* lebih tinggi dari pada aliran kas yang diperoleh perusahaan. Perbedaan ini muncul dikarenakan *accounting convention*, dan berapa banyak pendapatan dan kos diakui (yang disebut prinsip “pengakuan pendapatan” dan “*matching*”).

Model Modifikasi Jones (1991) digunakan untuk mengestimasi *discretionary accruals*, yang meregresi total akrual dari pendapatan (REV) dikurangi piutang usaha (REC), *plant, property, and equipment* (PPE), dan *Return on Assets* (ROA). Model modifikasi ini merupakan model yang dianggap paling dapat mengestimasi *discretionary accruals* sebagai proksi *earnings management*.

Hipotesis diuji dengan meregresi pengungkapan CSR pada *Earnings Management* dengan mengontrol faktor lainnya yang mungkin dapat mempengaruhi. Peneliti mengontrol ukuran perusahaan (SIZE) karena perusahaan besar cenderung akan memberikan informasi laba sekarang lebih rendah dibandingkan perusahaan kecil, sehingga perusahaan besar cenderung akan mengeluarkan biaya untuk pengungkapan informasi sosial yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Anggraini, 2006).

#### **2.1.6. Leverage**

Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* tinggi akibat besarnya jumlah utang dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan, diduga melakukan *earnings management* karena perusahaan terancam *default* yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya (Widyaningdyah, 2001). Menurut Belkaoui dan Karpik (1989) dalam Sembiring (2006), keputusan untuk mengungkapkan informasi sosial akan mengikuti suatu pengeluaran untuk pengungkapan yang menurunkan pendapatan. Untuk mengurangi perhatian dari pengguna laporan keuangan, manajemen perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi akan menutupinya dengan mengurangi pengungkapan tanggung jawab sosial (*Agency Theory*).

### 2.1.7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan variabel yang sering digunakan untuk memproksikan *political cost*. Ukuran perusahaan juga dapat digunakan untuk menjelaskan mengenai pengungkapan CSR dalam laporan tahunan perusahaan. Hal ini dapat dilihat dari berbagai penelitian empiris yang telah dilakukan menunjukkan bahwa pengaruh total aktiva hampir selalu konsisten dan secara statistik signifikan (Karina, 2013).

Spicer (1978) dalam Uwuigbe dan Edigbe (2012) menyatakan bahwa ukuran perusahaan adalah faktor yang mempengaruhi pengendalian polusi, sebagai perusahaan yang besar mereka memiliki catatan kinerja yang lebih baik dibanding perusahaan kecil. Watts and Zimmerman (1978) dalam Uwuigbe dan Edigbe (2012) berpendapat bahwa *political cost* mengurangi kekayaan manajemen, perusahaan berusaha mengurangi biaya dengan alat seperti pengungkapan sosial. Cowen, Ferreri and Parker (1987) Uwuigbe dan Edigbe (2012) menemukan bahwa perusahaan yang lebih besar lebih sering mengungkap informasi karena perusahaan besar lebih terlihat dan memiliki dampak yang besar terhadap lingkungan, dan memiliki banyak shareholder yang menaruh perhatian pada aktivitas sosial yang dilakukan perusahaan.

Untuk itu, penelitian ini menggunakan ukuran perusahaan sebagai variabel kontrol. Perusahaan besar pada umumnya memiliki jumlah aset yang besar, penjualan yang besar, sistem informasi yang baik, sehingga memungkinkan tingkat pengungkapan yang lebih luas.

### **2.1.8. Return on Assets (ROA)**

*Return on Assets* adalah proksi dari profitabilitas. Penelitian oleh Dechow, Sloan and Sweeney (1995) dalam Yip, *et al.* (2011) menyatakan bahwa *discretionary accruals* berkorelasi dengan kinerja perusahaan. Menurut Donovan dan Gibson (2000) dalam Sembiring (2006), ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi maka tidak perlu diberikan pengungkapan yang banyak yang dapat memberi kemungkinan menimbulkan kecurigaan. Sebaliknya jika pengembalian perusahaan rendah, maka manajemen cenderung mengungkapkan banyak informasi tentang tanggung jawab sosial mereka untuk mengurangi perhatian pada laba yang menurun dari para *stakeholder*.

### **2.1.9. Pertumbuhan Penjualan**

Pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun berjalan dan tahun sebelumnya dikontrol karena perusahaan memiliki insentif untuk mencapai target laba seiring meningkatnya penjualan. Semakin tinggi target penjualan maka semakin tinggi kemungkinan perusahaan melakukan manipulasi laba.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Dalam sub-bagian ini akan dijelaskan mengenai penelitian-penelitian terdahulu mengenai *Earnings Management* dan *Corporate Social Responsibility*.

### **1. Penelitian Hsiang-Lin Chih, Hsiang-Hsuan Chih, Tzu-Yin Chen (2010)**

Penelitian ini menguji faktor-faktor finansial dan institusional yang mempengaruhi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian tersebut memberikan bukti bahwa ukuran perusahaan, tingkat persaingan pasar, jumlah

pemegang saham, regulasi diantara industri keuangan, hubungan karyawan, sekolah manajemen berkualitas tinggi, dan lingkungan makroekonomi yang baik berpengaruh positif terhadap CSR. Sedangkan kinerja keuangan tidak memiliki pengaruh pada CSR.

## **2. Penelitian oleh Bustanul Arifin, Yeni Januarsi, dan Fauziah Ulfah (2010)**

Penelitian ini menguji pengaruh manipulasi laba melalui campur tangan perusahaan terhadap pengungkapan CSR setelah adanya UU no.40 tahun 2007. Penelitian Arifin menunjukkan bahwa strategi manajemen laba yang berbeda memberi motivasi yang berbeda kepada manajemen untuk mengungkap aktivitas CSR-nya.

## **3. Erica Yip, Chris Van Staden, dan Steven Cahan (2011)**

Penelitian ini menguji pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap earnings management dengan variabel kontrol political cost. Penelitian tersebut membuktikan bahwa hubungan antara *CSR Disclosure* dengan *Earnings Management* dipengaruhi oleh kebijakan perusahaan bukan oleh pandangan etis.

## **4. Tita Djuitaningsih dan Wahdatul A. Marsyah (2012)**

Penelitian ini meneliti mengenai pengaruh manajemen laba dan mekanisme *corporate governance* terhadap *corporate social responsibility disclosure*. Penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa manajemen laba dan jumlah rapat komite audit berpengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*. Sedangkan ukuran dewan komisaris, proporsi dewan komisaris independen, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan ukuran komite audit tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap *CSR Disclosure*.

Penelitian terdahulu mengenai *Earnings Management* dan *Corporate Social Responsibility* yang menjadi latar belakang dari penelitian ini diringkas dalam tabel berikut :

**Tabel 2.1**  
**Ringkasan Penelitian Terdahulu**

	Peneliti	Variabel		Alat Analisis	Hasil Penelitian
		Dependen	Independen		Variabel yang Signifikan
1	Hsiang-Lin Chih, Hsiang-Hsuan Chih, dan Tzu-Yin Chen (2010)	Corporate Social Responsibility	ukuran perusahaan, tingkat persaingan pasar, jumlah pemegang saham, regulasi diantara industri keuangan, hubungan karyawan, sekolah manajemen berkualitas tinggi, lingkungan makroekonomi yang baik, dan	Regresi Logistic & Descriptive Statistic	ukuran perusahaan, tingkat persaingan pasar, jumlah pemegang saham, regulasi diantara industri keuangan, hubungan karyawan, sekolah manajemen berkualitas tinggi, dan lingkungan makroekonomi yang baik

			kinerja keuangan		
2	Bustanul Arifin, Yeni Januarsi, dan Faoziah Ulfah (2010)	Corporate Social Responsibility Disclosure	Earnings Manipulation	Regresi Logistic & Descriptive Statistic	Earnings Management
3	Erica Yip, Chris Van Staden, dan Steven Cahan (2011)	Earnings Management	Corporate Social Responsibility Disclosure (CSR Disc)	Regresi Logistic & Descriptive Statistic	CSR Disclosure, ROA, Growth, Leverage, Firm's Size
4	Tita Djuitaningsih dan Wahdatul A. Marsyah (2012)	Corporate Social Responsibility Disclosure	Earnings Management & Corporate Governance	Regresi Logistic & Descriptive Statistic	Earnings Management & Jumlah Rapat Komite Audit
5	Uwalomwa Uwuigbe dan Ben-Caleb Egibde (2012)	Corporate Social Responsibility Disclosure	Kinerja keuangan perusahaan, leverage keuangan, ukuran komite audit	Regresi Logistic & Descriptive Statistic	Leverage keuangan perusahaan

*Sumber : penelitian-penelitian sebelumnya*

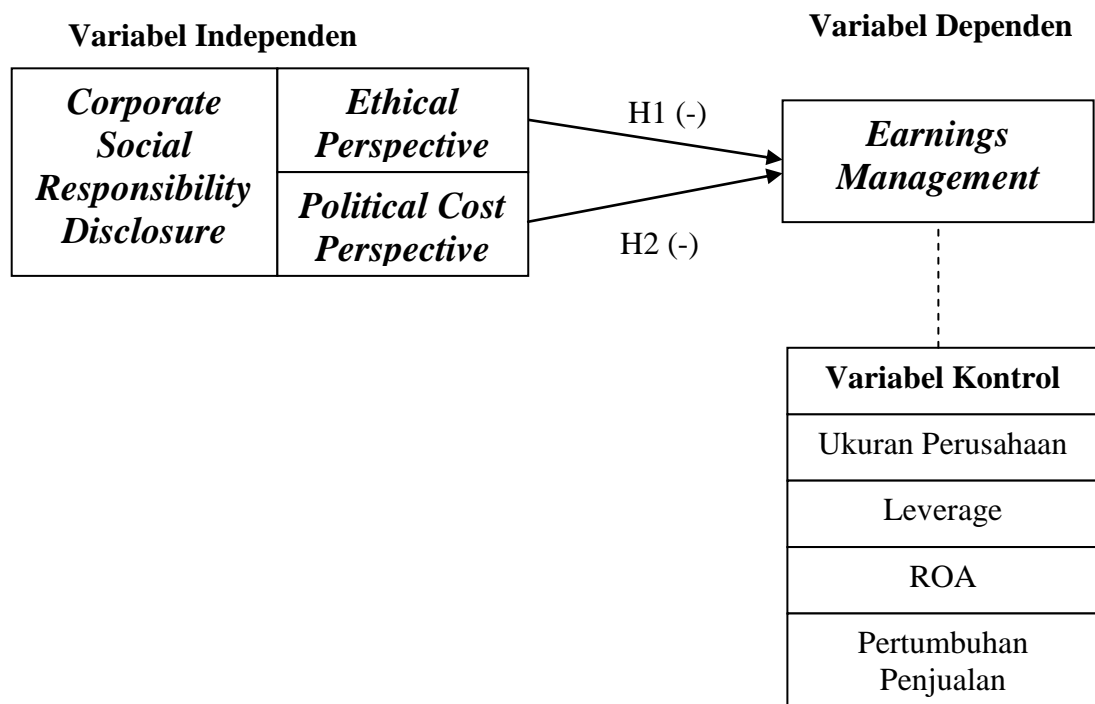
Penelitian ini merupakan replika dari penelitian Erica Yip, Chris Van Staden, dan Steven Cahan dengan beberapa modifikasi untuk proksi masing-masing variabelnya.

### 2.3. Kerangka Pemikiran

Hubungan logis antar variabel-variabel dalam penelitian ini akan dijelaskan dan divisualisasikan dalam sub-bagian kerangka pemikiran ini. Pembahasan alasan dan penyajian gambar 2.1 sebagai berikut.

Perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (*CSR Disclosure*) dipengaruhi oleh beberapa hal, antara lain : adanya praktik *earnings management*, ukuran perusahaan, tingkat leverage perusahaan, *return on assets*, dan pertumbuhan penjualan.

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**



Gambar diatas adalah hasil penggambaran hubungan antar variabel dalam penelitian. Terdapat satu variabel independen yaitu *CSR Disclosure*, yang mengarah pada *Earnings Management* sebagai variabel dependen, yang diwakili oleh garis lurus menandakan adanya pengaruh dan membentuk hipotesis dalam penelitian ini. Kemudian ada empat variabel kontrol yang diwakili garis putus-putus, yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, ROA, dan pertumbuhan penjualan.

#### **2.4. Hipotesis**

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian-penelitian sebelumnya, pada sub bagian ini akan dijelaskan hipotesis dalam penelitian ini. Terdapat dua hipotesis dalam penelitian ini yaitu : (i) Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap *Earnings Management* tanpa memperhatikan tingkat *political cost* (perspektif etis), dan (ii) *CSR disclosure* berpengaruh negatif terhadap *earnings management* ketika *political cost* tinggi (*political cost perspective*). Pembahasan lebih rinci mengenai hipotesis disajikan sebagai berikut:

##### **1. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Earnings Management* (perspektif etis)**

Menurut teori legitimasi, organisasi yang beroperasi dalam lingkaran dan norma yang dihormati masyarakat akan dipandang lebih oleh *stakeholder*. Teori ini mengungkapkan bahwa semakin banyak perusahaan mengungkap informasi maka semakin tinggi pula legitimasi perusahaan tersebut di mata masyarakat. Hal

ini sesuai dengan perspektif etis dimana perusahaan beroperasi sesuai norma dan etika yang berlaku di lingkungan sekitarnya.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Hall (1993) dan Hall dan Stammerjohan (1997) dalam Yip, *et al.* (2011), memberikan bukti bahwa perusahaan minyak dan gas mengurangi laba yang dilaporkan untuk menghindari biaya politik dan litigasi. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Mohamad (2010) dalam Terzaghi (2012) tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara CSR dengan *earnings management*. Penelitian yang dilakukan Yip, *et al.* (2011) menggunakan *discretionary accruals*, menemukan bahwa CSR dan manajemen laba berhubungan negatif pada industri minyak dan gas, dan berhubungan positif pada industri makanan. Untuk itu hubungan pengungkapan CSR terhadap *Earnings Management*, tanpa memperhatikan *political cost*, perlu diuji kembali, maka hipotesis disusun sebagai berikut:

***H1 : Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap Earnings Management tanpa memperhatikan tingkat political cost (perspektif etis)***

## **2. Pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Earnings Management* (perspektif *political cost*)**

Dalam praktiknya, *earnings management* dapat dilakukan dengan mengurangi biaya politis (*political cost approach*). Menurut teori *Political Cost*, perusahaan yang besar akan lebih sering menggunakan kebijakan akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan (Setyorini dan Ishak, 2012). Biasanya *political cost* diprosikan dengan ukuran perusahaan atau pangsa pasar. Contoh praktik dengan teori *political cost* ini adalah penggunaan kebijakan akuntansi dalam

penggunaan metode depresiasi. Perusahaan akan lebih memilih menggunakan metode depresiasi garis lurus daripada menurun atau metode menurun berganda karena nilai pengurang nilai asetnya lebih kecil.

Dalam *political cost hypothesis*, manajer mempertimbangkan bahwa mereka berada di bawah tekanan politik dan masyarakat, yang dapat memotivasi mereka untuk mengungkap pelaporan sosial (Setyorini dan Ishak, 2012). Kemudian menurut Banwarie (2011) dalam Setyorini dan Ishak (2012), pengungkapan CSR dalam *annual report* dapat digunakan sebagai langkah startegis untuk mengelola hubungan dengan masyarakat dimana operasi berlangsung yang dapat meningkatkan kekayaannya. Sarumpaet (2005) menyatakan bahwa pengaruh ukuran perusahaan dari lingkungan dapat diprediksi dimana perusahaan besar dapat berinvestasi lebih dalam teknologi dan manajemen ramah lingkungan.

Untuk mengurangi laba yang dilaporkan, manajemen akan memanfaatkan keuntungannya yang memiliki informasi yang lebih banyak dari prinsipal. Hal ini sesuai dengan teori agensi dimana praktik manajemen laba akan mudah terjadi karena adanya informasi yang asimetri antara agen dan prinsipal. Oleh karena itu, pengungkapan CSR menjadi salah satu strategi manajemen untuk menutupi tindakannya dalam memanipulasi laba yang sesuai dengan teori *political cost*, maka hipotesis yang diambil adalah :

***H2 : CSR disclosure berpengaruh negatif terhadap earnings management ketika political costs tinggi (political cost perspective).***

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel**

Penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen, dan control. *Earnings management*, ukuran perusahaan, dan leverage sebagai variabel independen dan *CSR Disclosure* sebagai variabel dependen.

##### **3.1.1. Variabel Dependen, *Earnings Management***

*Earnings Management*, menurut Kinney Jnr, Palmrose dan Scholz, (2004), adalah tindakan manajemen yang mengurangi kualitas dari laporan keuangan (Yip, *et al.*, 2011). *Earnings Management* diprosikan dengan *discretionary accruals*. Untuk mengestimasi *discretionary accruals*, penelitian ini menggunakan Modifikasi Model Jones (1991) yang meregresi total akrual dari pendapatan (REV) dikurangi piutang usaha (REC), *plant, property, and equipment* (PPE), dan *Return on Assets* (ROA). Berikut langkah-langkah perhitungan model modifikasi model Jones :

##### **1. Menghitung total akrual (TACC) :**

$$\text{TACC} = \text{NI} - \text{CFO}$$

Dimana :

TACC = Total Accrual

NI = Net Income (Laba bersih)

CFO = Cash Flow from Operations (Aliran Kas dari kegiatan Operasi)

## 2. Menentukan koefisien dari regresi Total Akruai (TACC)

$$\begin{aligned} TACC/TA_{it-1} = & \beta_1(1/TA_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV-\Delta REC)/TA_{it-1}) + \beta_3 \\ & (PPE/TA_{it-1}) + \beta_4(ROA_{it-1}/TA_{it-1}) + e \end{aligned}$$

Dimana :

TACC = Total akrual perusahaan

$TA_{it-1}$  = Total Aset perusahaan pada akhir tahun t-1

$\Delta REV$  = perubahan pendapatan perusahaan

$\Delta REC$  = perubahan piutang bersih (*accounts receivable*)

PPE = *Property, Plant, and Equipment*

$ROA_{it-1}$  = *Return on Assets* perusahaan pada akhir tahun t-1

e = error

## 3. Menentukan *Non-Discretionary Accrual* (NDACC)

*Discretionary Accrual* dicari dengan mengurangi *Total Accrual* (TACC) dengan *Non-Discretionary Accrual* (NDACC). Regresi yang dilakukan pada total akrual pada persamaan nomor (2) akan menghasilkan koefisien  $\beta_1$ ,  $\beta_2$ ,  $\beta_3$ , dan  $\beta_4$ . Koefisien tersebut kemudian dimasukkan dalam persamaan berikut untuk menentukan *Non-Discretionary Accrual* :

$$\begin{aligned} NDACC = & \beta_1(1/TA_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV-\Delta REC)/TA_{it-1}) + \beta_3 \\ & (PPE/TA_{it-1}) + \beta_4(ROA_{it-1}/TA_{it-1}) + e \end{aligned}$$

Dimana :

NDACC = *Non-Discretionary Accrual* perusahaan

## 4. Menentukan *Discretionary Accrual* (DACC) perusahaan

$$DACC = (TACC/TA_{it-1}) - NDACC$$

Dimana :

DACC = *Discretionary Accrual* perusahaan

### 3.1.2. Variabel Independen, *CSR Disclosure*

Menurut Hackstone dan Milne (1996) dalam Haryanto dan Erwansyah, (2009), *CSR Disclosure* adalah banyaknya item pengungkapan sosial yang meliputi tema lingkungan, energi, kesehatan, dan keselamatan tenaga kerja, lain-lain tenaga kerja, produk, keterlibatan masyarakat, dan umum di dalam data tahunan perusahaan.

*CSR Disclosure* dapat ditemukan pada *annual report* maupun *sustainability report*. *CSR Disclosure* diukur dengan menghitung item yang dicantumkan di *annual report* maupun *sustainability report*, dan dihitung dengan menggunakan CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*). Jumlah item dalam CSDI dapat dihitung berdasarkan pedoman indikator yang dikeluarkan oleh *Global Reporting Inisiative (GRI)* versi 3.1 yang dapat dilihat pada lampiran. Dalam pedoman yang dikeluarkan GRI versi 3.1 terdapat 84 item pengungkapan, yang terdiri dari beberapa indikator yaitu :

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Kinerja Tenaga Kerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Sosial
6. Indikator Kinerja Produk

Pemberian skor untuk tiap item pengungkapan menggunakan ukuran variabel dikotomi atau dummy, yang ditandai dengan kode 0 dan 1. Nilai 0 diberikan apabila ada informasi atau item yang tidak diungkapkan. Sedangkan nilai 1 diberikan bila perusahaan mengungkapkan item yang sesuai dengan kategori pada pedoman GRI versi 3.1. Kemudian perhitungan CSDI ini dilakukan dengan membagi jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item keseluruhan.

$$\text{CSR Disclosure} = \frac{\text{jumlah skor item pengungkapan yang diungkapkan}}{\text{Skor maksimum jumlah item pengungkapan}}$$

### 3.1.3. Variabel Kontrol

#### 3.1.3.1. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan proksi dari *political cost*. Menurut Tehrani, *et al.* (2009), salah satu jenis *political cost* adalah pajak sehingga semakin besar perusahaan, tingkat keefektifan pajak semakin kecil. Kemudian menurut Watts dan Zimmerman dalam Tehrani, *et al.* (2009), perusahaan besar seperti perusahaan minyak memiliki tingkat keefektifan pajak yang tinggi. Menurut Gray, *et al.* (2001) dalam Sembiring (2005), kebanyakan penelitian yang dilakukan mendukung hubungan antara ukuran perusahaan dengan tanggung jawab sosial perusahaan. Ukuran perusahaan ini dapat diperoleh dengan :

$$\text{Ukuran Perusahaan (SIZE)} = \log (\text{total assets})$$

#### 3.1.3.2. Leverage

Leverage atau pengungkit keuangan adalah alat untuk mengukur ketergantungan perusahaan terhadap pembiayaan kegiatan operasi perusahaan

melalui bantuan kreditur. Dengan demikian *leverage* juga mencerminkan tingkat risiko keuangan perusahaan (Sembiring, 2005).

Skala pengukuran untuk *leverage* adalah rasio *Leverage (debt-to-equity ratio)*, yaitu rasio hutang jangka panjang terhadap modal sendiri. Variabel ini dihitung dengan total kewajiban dibagi dengan ekuitas pemegang saham. Variabel *Leverage (LEV)* dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Leverage (LEV)} = \frac{\text{Total Kewajiban}}{\text{Total ekuitas}}$$

### 3.1.3.3. Return On Assets

*Return on Assets* adalah proksi dari profitabilitas. Penelitian oleh Dechow, Sloan and Sweeney (1995) dalam Yip, *et al.* (2011) menyatakan bahwa *discretionary accruals* berkorelasi dengan kinerja perusahaan. ROA dapat dihitung dengan rasio ROA, yang dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Total Assets}}$$

### 3.1.3.4. Pertumbuhan Penjualan

Pertumbuhan penjualan perusahaan dari tahun berjalan dan tahun sebelumnya dikontrol karena perusahaan memiliki insentif untuk mencapai target laba seiring meningkatnya penjualan. Semakin tinggi target penjualan maka semakin tinggi kemungkinan perusahaan melakukan manipulasi laba. Untuk itu ukuran presentase pertumbuhan penjualan dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{GROWTH} = (\text{SALES}_t - \text{SALES}_{t-1}) \times 100\%$$

### 3.2. Populasi dan Sampel

Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan dan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2012. Sampel penelitian diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Kriteria perusahaan yang akan digunakan sebagai sampel adalah sebagai berikut :

1. Perusahaan pertambangan dan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2012 melalui situs web Bursa Efek Indonesia ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id))
2. Perusahaan pertambangan dan manufaktur yang menerbitkan *annual report* periode 2010-2012.
3. Perusahaan pertambangan dan manufaktur yang menerbitkan *sustainability report* baik dalam *annual report* maupun dalam laporan terpisah tahun 2010-2012.
4. Perusahaan pertambangan dan manufaktur yang mengungkapkan laba positif dalam laporan keuangan.
5. Perusahaan pertambangan dan manufaktur yang mengungkapkan *annual report*-nya dalam satuan mata uang Rupiah dan/ atau mengungkapkan kurs yang digunakan.

### 3.3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif yang dapat diukur dengan skala numerik. Sedangkan sumber data penelitian ini adalah data sekunder yang merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyeknya, tetapi melalui sumber lain, baik lisan maupun tulisan. Penelitian ini

menggunakan data sekunder yang diperoleh dari situs Bursa Efek Indonesia (*www.idx.co.id*) dan situs web resmi perusahaan periode tahun 2010-2012.

### **3.4. Metode Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dari metode dokumentasi, yaitu mengambil data dari dokumen-dokumen yang sudah ada. Data laporan keuangan dan *annual report* dalam penelitian ini berasal dari situs *www.idx.co.id* serta beberapa situs web resmi perusahaan pertambangan dan manufaktur periode tahun 2010-2012.

### **3.5. Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini akan digunakan beberapa pengujian data untuk menguji dan mengolah data. Pengujian yang dilakukan antara lain adalah statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

#### **3.5.1. Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis dan skewness (Ghozali, 2013).

#### **3.5.2. Uji Asumsi Klasik**

##### **3.5.2.1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik adalah yang mempunyai distribusi data normal atau

mendekati normal. Alat uji yang digunakan adalah dengan analisis grafik histogram dan grafik *normal probability plot* dan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)*. Adapun dasar pengambilan keputusan dengan analisis grafik *normal probability plot* adalah (Ghozali, 2013):

- Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Dasar pengambilan keputusan uji statistik dengan *Kolmogorov-Smirnov Z (1-Sample K-S)* adalah :

- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih dari 0,05, maka  $H_0$  diterima. Hal ini berarti data residual terdistribusi normal.
- Jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* kurang dari 0,05, maka  $H_0$  diolak. Hal ini berarti data residual tidak terdistribusi secara normal.

### **3.5.2.2. Uji Multikolonieritas**

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (Ghozali, 2013). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya *variance inflation factor (VIF)*. Nilai *cutoff*

yang biasa digunakan untuk melihat adanya multikolinearitas adalah nilai  $tolerance \leq 0.10$  atau  $VIF \geq 10$ , maka tidak terjadi multikolonieritas.

### 3.5.2.3. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pengganggu pada periode  $t-1$  (sebelumnya). Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Masalah ini timbul karena residual (kesalahan pengganggu) tidak bebas dari satu observasi ke observasi lainnya.

Model regresi yang baik adalah yang bebas dari autokorelasi. Salah satu cara mendeteksi adanya autokorelasi adalah dengan *Runs Test*. Apabila nilai *Runs test* memiliki probabilitas yang signifikan pada 0,05 maka residual tidak random atau terjadi autokorelasi antar nilai residual. Apabila probabilitas tidak signifikan atau berada di atas 0,05, maka residual tersebar random atau acak dan tidak terjadi autokorelasi antar nilai residualnya.

### 3.5.2.4. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2013). Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas, dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau yang tidak terjadi heteroskedastisitas.

Salah satu cara untuk menentukan ada atau tidaknya heteroskedastisitas pada data penelitian dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan uji Park. Uji Park ini menyatakan bahwa *variance* ( $s^2$ ) merupakan fungsi dari variabel-variabel independen (Ghozali, 2013). Apabila koefisien parameter beta dari persamaan regresi tersebut signifikan secara statistik maka hal tersebut menunjukkan adanya heteroskedastisitas.

### 3.5.3. Uji Hipotesis

Penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda untuk meneliti hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Hubungan antara *CSR Disclosure* terhadap praktik *earnings management* dapat diketahui melalui persamaan sebagai berikut (Yip, *et al.*, 2011) :

$$EM = \beta_0 + \beta_1 CSR\_DISC + \beta_2 LN\_SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 ROA + \beta_5 GROWTH + \varepsilon$$

Keterangan :

EM = *Earnings Management*, menggunakan proksi *Discretionary Accrual* (DACC)

$\beta$  = koefisien regresi

*CSR\_DISC* = indeks pengungkapan CSR

*LN\_SIZE* = ukuran perusahaan

*LEV* = tingkat *leverage*

*ROA* = *Return on Assets*

*GROWTH* = pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya

$\varepsilon$  = error

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengujian statistik parametrik. Untuk menguji hipotesis yang diajukan peneliti maka akan dilakukan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji pengaruh simultan ( $F test$ ), dan uji pengaruh parsial ( $t test$ ).

#### **3.5.3.1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2013). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua variasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Namun nilai  $R^2$  mengandung kelemahan mendasar, yaitu adanya bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model, maka penelitian ini menggunakan *adjusted*  $R^2$  berkisar antara 0 dan 1. Jika nilai *adjusted*  $R^2$  semakin mendekati 1 maka semakin baik kemampuan model tersebut dalam menjelaskan variabel dependen.

#### **3.5.3.2. Uji Pengaruh Simultan ( $F test$ )**

Uji statistik F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013) . Pengujian dilakukan dengan menggunakan *sigificance level* 0,05 (5%). Pengambilan keputusan dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai signifikansi  $< 0,05$  berarti koefisien regresi signifikan, artinya terdapat pengaruh secara bersama-sama yang signifikan antara seluruh variabel independen terhadap variabel dependen.
2. Apabila nilai signifikansi  $> 0,05$  berarti koefisien regresi tidak signifikan, artinya seluruh variabel independen dalam model tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

### **3.5.3.3. Uji Parsial (t test)**

Pengujian ini bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian dilakukan dengan menggunakan *significance level* 0,05 ( 5%). Pengambilan keputusan didasarkan pada kriteria berikut :

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka hipotesis ditolak dan koefisien regresi tidak signifikan. Hal ini berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai signifikan  $\leq 0,05$  maka hipotesis diterima dan koefisien regresi signifikan. Hal ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.