

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE*  
*SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP  
MANAJEMEN LABA**



**SKRIPSI**

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

Disusun oleh :

**WIGA DWI IRAWAN**

**NIM.12030114120057**

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2018**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Wiga Dwi Irawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030114120057  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN  
*CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY* TERHADAP  
MANAJEMEN LABA**  
Dosen Pembimbing : Dr. Dra. Indira Januarti, M.Si., Akt.

Semarang, 02 Juli 2018

Dosen Pembimbing,



(Dr. dra. Indira Januarti, M.Si., Akt.)




NIP. 19640101 199202 2001

**PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN**

Nama Penyusun : Wiga Dwi Irawan  
Nomor Induk Mahasiswa : 12030114120057  
Fakultas/Jurusan : Ekonomika dan Bisnis/Akuntansi  
Judul Skripsi : **PENGARUH PENGUNGKAPAN  
CORPORATE SOCIAL  
RESPONSIBILITY TERHADAP  
MANAJEMEN LABA**

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal *17 Juli* ..... 2018

Tim Penguji : \_\_\_\_\_

1. Dr. dra. Indira Januarti, M.Si., Akt. ( .....  ..... )
2. Siti Mutmainah, S.E., M.Si., Akt. ( .....  ..... )
3. Drs. Agustinus Santosa A., M.Si., Akt. ( .....  ..... )

## **PERNYATAAN ORISIONALITAS**

Yang bertanda tangan dibawah ini saya Wiga Dwi Irawan, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : **PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MANAJEMEN LABA**, 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 menunjkn 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 itu, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut diatas baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri. 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, 02 Juli 2018

Yang membuat pernyataan,

(Wiga Dwi Irawan)

NIM. 12030114120057

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

Sesungguhnya jika kamu bersyukur niscaya Allah akan menambah nikmat kepadamu

(QS. Ibrahim :7)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Dan bersama kesulitan ada

kemudahan.” (QS. Al Insyiroh: 5-6)

*Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

*Kedua orang tua saya yang selalu  
memberikan motivasi dan harapan yang selalu  
mendoakan agar selalu sukses dan lancar dan  
tidak melupakan ibadah*

*Keluarga, Dosen , sahabat, teman-teman  
dan semua pihak yang terlibat dalam penyusunan  
skripsi saya dan selalu memberi motivasi untuk  
saya*

## **ABSTRACT**

*The aim of this study is to examine the influence of corporate social responsibility disclosure on earning management practice. Independent variable used in this study is corporate social responsibility disclosure that measured using CSR Index (CSRI) based on GRI. Dependent variable used in this study is earning management that measured using proxy of discretoinary accruals. Leverage, size, and return on asset also used as control variables.*

*The population in this study consists of all listed firm in each county's Stock Exchange in South East Asia region year 2016 and 2017. Sampling method used is purposive sampling. A firm criteria are manufactures at that year which publish completed information of annual report and financial report. The total sample are 630 firm data. Analysis test using a model of ordinary least square regression analysis.*

**Keyword :** *Corporate Social Responsibility , earnings management, leverage, size, return on asset*

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh dari pengungkapan corporate social responsibility terhadap praktik manajemen laba. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengungkapan CSR (CSR disclosure) yang diukur menggunakan Indeks CSR (CSRI) yang berpedoman pada GRI. Variabel dependen yang digunakan adalah manajemen laba yang diukur menggunakan proksi discretionary accrual. Penelitian ini menggunakan tiga variabel kontrol yaitu leverage, ukuran perusahaan, dan return on assets.

Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek negara-negara di Asia Tenggara tahun 2016 dan 2017. Metode sampling dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Kriteria perusahaan yang digunakan merupakan perusahaan manufaktur pada tahun bersangkutan, dan menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan secara lengkap lengkap. Total sampel dalam penelitian ini adalah 630 sampel perusahaan. Uji analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi *ordinary least square*.

Kata Kunci: *Corporate Social Responsibility*, manajemen laba, leverage, pertumbuhan perusahaan, return on assets.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan pada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, dan ridho-Nya sehingga skripsi dengan judul “**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MANAJEMEN LABA** “ dapat terselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam tidak lupa kami sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW yang kita nantikan syafaatnya dihari yaumul kiamat nanti.

Segala upaya yang telah dilakukan untuk menyelesaikan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu penulis menyampaikan terimakasih dengan segala kerendahan hati kepada :

1. Bapak Dr. Suharnomo, S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
2. Bapak Fuad, S.E, M.Si, Akt., Ph.D dan Agung Juliarto, S.E, M.Si, Akt., Ph.D selaku Ketua dan Sekretaris Departemen Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
3. Ibu Dr. Dra. Indira Januarti, M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran dorongan, ilmu dan meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.

4. Bapak Drs. Sudarno M.Si, Akt., Ph.D., selaku dosen wali yang memberi arahan dan nasihat.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat.
6. Seluruh staf TU Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro yang telah memberikan bantuan selama proses dan administrasi perkuliahan.
7. Kedua orang tua yang semoga selalu dalam limpahan rahmat dan karunia-Nya, yang selalu memberikan motivasi, semangat pantang menyerah, dan harapan dalam doanya untuk kesuksesan saya.
8. Teman-teman pejuang skripsi bimbingan Ibu Indira yang selalu mengingatkan dan menyemangati untuk segera menyelesaikan skripsi serta tidak segan dalam memberikan bantuan ketika sedang kesulitan.
9. Teman-teman jurusan Akuntansi 2014, yang telah membuat nyaman selama masa perkuliahan.
10. Guru-guru saya dari TK sampai SMA yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada saya sehingga saya berhasil belajar di universitas.
11. Ibu kos serta teman-teman kos yang selalu memberikan motivasi untuk maju dan mengajak saya berlibur saat saya sedang sedih.
12. Teman-teman kelompok belajar di Akuntansi yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu disaat saya kesulitan dalam menyelesaikan materi kuliah.

13. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih kurang dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, perlu adanya kritik dan saran yang membangun untuk penulis dari semua pihak agar penelitian ini bisa memberikan manfaat.

Semarang, 02 Juli 2018

Penulis

Wiga Dwi Irawan

## DAFTAR ISI

<b>PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	i
<b>PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN</b> .....	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Masalah</b> .....	1
<b>1.2 Rumusan Masalah</b> .....	12
<b>1.3 Tujuan Penelitian</b> .....	12
<b>1.4 Manfaat Penelitian</b> .....	13
<b>1.5 Sistematika Penulisan</b> .....	13
<b>BAB II TELAAH PUSTAKA</b> .....	15
<b>2.1 Landasan Teori</b> .....	15
<b>2.1.1 Teori Stakeholder</b> .....	15
<b>2.1.2 Corporate Social Responsibility</b> .....	16
<b>2.1.3 Manajemen Laba</b> .....	20
<b>2.2 Penelitian Terdahulu</b> .....	23
<b>2.3 Kerangka Pemikiran</b> .....	26
<b>2.4 Hipotesis</b> .....	27
<b>2.4.1 Corporate Social Responsibility dan Manajemen Laba</b> .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	29
<b>3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional</b> .....	29
<b>3.1.1 Variabel Dependen</b> .....	29
<b>3.1.2 Variabel Independen</b> .....	31

3.1.3	Variabel Kontrol .....	32
3.2	Populasi dan Sampel.....	33
3.3	Jenis dan Sumber Data.....	35
3.4	Metode Pengumpulan Data.....	36
3.5	Metode Analisis .....	36
3.5.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	36
3.5.2	Uji Asumsi Klasik.....	36
3.5.3	Analisis Regresi .....	38
3.5.4	Uji Hipotesis .....	38
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>41</b>
4.1	Analisis Deskriptif.....	41
4.2	Uji Asumsi Klasik .....	50
4.2.1	Uji Normalitas .....	50
4.2.2	Uji Heterokedastisitas.....	51
4.2	Pengujian Hipotesis .....	51
4.2.1	Koefisien Determinasi.....	51
4.2.2	Uji F.....	52
4.2.3	Analisis Regresi Linear Berganda .....	53
4.2.4	Uji statistik t .....	54
4.3	Pembahasan.....	55
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP.....</b>	<b>59</b>
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Implikasi Penelitian .....	59
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	60
5.4	Saran Penelitian .....	61
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu</b> .....	24
<b>TABEL 3.1 Sampel Penelitian</b> .....	36
<b>TABEL 4.1 Analisis Keseluruhan Data</b> .....	42
<b>TABEL 4.2 Analisis Data pada Tiap-tiap Negara</b> .....	45
<b>TABEL 4.3 Kategori Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i></b> .....	49
<b>TABEL 4.4 Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Tiap Negara</b> .....	49
<b>TABEL 4.5 Uji Kolmogorov-Smirnov</b> .....	51
<b>TABEL 4.6 Uji Glejser</b> .....	52
<b>TABEL 4.7 Adjusted R-Square</b> .....	53
<b>TABEL 4.8 Uji F</b> .....	53
<b>TABEL 4.9 Uji Regresi Berganda</b> .....	54
<b>TABEL 4.10 Hasil Uji t</b> .....	55

## DAFTAR GAMBAR

<b>GAMBAR 2.1 Kerangka Penelitian.....</b>	<b>2</b>
--	----------

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajemen untuk mencapai tujuan khusus. Manajemen laba terkait dengan intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk memperoleh beberapa keuntungan secara privat (Schipper, 1989). Manajemen laba tidak selalu diartikan sebagai suatu upaya yang bersifat negatif dan merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada aktivitas untuk memanipulasi laba namun terkait dengan pemilihan metode akuntansi oleh pihak manajemen.

Manajemen laba merupakan perubahan dalam pelaporan performa ekonomi suatu perusahaan oleh pihak manajemen untuk tujuan tertentu mempengaruhi suatu kontrak (Leuz *et al.*, 2003). Praktik manajemen laba dapat didorong oleh keinginan seorang manajer untuk melindungi diri sendiri maupun perusahaan dalam menghadapi situasi-situasi yang tidak terduga dan untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam suatu kontrak. Manajemen laba merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajer dengan menggunakan kebijakan akuntansi dalam melaporkan angka-angka akuntansi yang dapat mempengaruhi dalam hal pengambilan keputusan ekonomi dengan angka tersebut (Watt dan Zimmerman, 1990).



Gajevszky (2014) berargumen bahwa manipulasi dalam segi akuntansi dalam hal hasil dari kegiatan operasional perusahaan muncul dari motivasi manajemen untuk mencapai target finansial perusahaan dan berakibat menyesatkan pemangku kepentingan. Manajer mungkin cenderung untuk mengelola laba karena adanya kontrak eksplisit dan implisit, hubungan perusahaan dengan pasar modal, kebutuhan untuk pendanaan dari pihak eksternal, lingkungan politik dan peraturan maupun dalam keadaan lainnya (Bauwhede, 2001). Tindakan manajerial ini disengaja dibuat untuk menyamarkan nilai riil dari asset suatu perusahaan, transaksi, posisi keuangan, yang memiliki pengaruh negatif terhadap pemangku kepentingan atau pihak lain yang terkait dengan perusahaan (Zahra *et al.*, 2005). Manajemen kemungkinan menggunakan metode yang berbeda dalam menyembunyikan perubahan performa ekonomi, seperti mengurangi volatilitas pendapatan (Hijazi dan Al-Thuneibat, 2015).

Pihak manajemen suatu perusahaan memiliki dorongan yang kuat untuk melakukan manajemen laba dengan tujuan untuk memberikan ekspektasi lebih kepada pelaku pasar (Bernhardt dan Campello, 2007). Pihak manajemen melakukannya dengan meningkatkan penerimaan melalui metode akuntansi, dengan meningkatkan nilai akrual dan menunda beban. Hal tersebut merupakan perilaku yang tidak etis dan tidak bertanggung jawab, oleh karena itu diperlukan perlindungan bagi investor.

Setelah kasus Enron dan WorldCom, pengembangan dan pengimplementasian mekanisme *corporate governance* atau tata kelola perusahaan yang baik cenderung meningkat. *Corporate governance* atau tata kelola perusahaan diyakini untuk dapat melawan perilaku oportunistik yang telah merusak kredibilitas investor terkait dengan

informasi keuangan. Atribut *corporate governance* membantu investor dengan menyelaraskan kepentingan manajer dengan kepentingan pemangku kepentingan dan dengan meningkatkan reliabilitas dari informasi keuangan dan integritas dalam proses pelaporan keuangan (Watts dan Zimmerman, 1990). Secara umum terdapat 5 prinsip dalam penerapan tata kelola yang baik bagi perusahaan, yaitu: transparansi (keterbukaan informasi), akuntabilitas informasi, pertanggungjawaban atas informasi yang dilaporkan, kemandirian (independensi), dan kewajaran terhadap informasi. Salah satu faktor yang menentukan akan tercapainya praktik *corporate governance* adalah pertanggungjawaban atas informasi dan harus kita ketahui bahwa suatu perusahaan tidaklah hanya berorientasi pada kepentingan ekonomi, namun juga harus berorientasi pada kepentingan sosial termasuk lingkungan.

*Corporate Social Responsibility* berhubungan dengan aspek etika dan moral mengenai perilaku dalam pengambilan keputusan suatu perusahaan seperti pembahasan masalah yang kompleks terkait dengan perlindungan lingkungan, manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, dan hubungan dengan pemasok dan pelanggan (Castelo dan Lima, 2006). Untuk mencapai tujuan perusahaan dan membentuk suatu karakter, perilaku dan kegiatan yang sesuai, baik yang berhubungan dengan individu, organisasi, maupun sosial diperlukan untuk memperkuat karakter tersebut (Hollensbe *et al.*, 2014). *Corporate Social Responsibility* merupakan aktivitas atau kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab terhadap lingkungan alam maupun lingkungan sosial di luar tanggung jawab perusahaan secara ekonomis, sehingga kegiatan-kegiatan *Corporate Social*

*Responsibility* merupakan suatu aktivitas atau kegiatan yang oleh suatu perusahaan dilakukan untuk tujuan sosial dengan mengesampingkan apakah kegiatan tersebut menguntungkan atau merugikan dalam segi finansial. Salah satu hal yang perlu ditekankan adalah kegiatan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya sekedar sebagai suatu alat untuk mendapatkan izin atau pengakuan masyarakat atas kegiatan operasional suatu perusahaan, namun lebih jauh bahwa kegiatan *Corporate Social Responsibility* merupakan suatu upaya yang dilakukan oleh suatu perusahaan untuk meningkatkan kualitas dari *stakeholder* atau pemangku kepentingan.

Keterlibatan suatu perusahaan dalam kegiatan *Corporate Social Responsibility* tidak hanya meningkatkan kepuasan pemangku kepentingan namun juga memiliki pengaruh positif terhadap reputasi perusahaan dan menurunkan risiko finansial yang ditanggung oleh perusahaan. *Corporate Social Responsibility* mungkin merupakan perangkat dalam organisasi yang mengarahkan pada penggunaan sumber daya yang lebih efektif (Orlitzky *et al.*, 2003), yang kemudian memiliki pengaruh positif terhadap performa finansial organisasi tersebut. Pelaporan keuangan yang transparan mengindikasikan bahwa informasi yang disediakan kepada pemangku kepentingan lebih relevan dalam rangka pengambilan keputusan. Dalam hal ini, memberikan informasi yang berkualitas terkait dengan aktivitas perusahaan termasuk informasi keuangan berhubungan erat dengan aktivitas *Corporate Social Responsibility*, terutama dalam tujuannya untuk memenuhi kebutuhan pemangku kepentingan (Choi *et al.*, 2013).

*Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu sarana yang oleh perusahaan digunakan untuk memberikan informasi-informasi mengenai aspek-aspek perusahaan yang meliputi aspek sosial, lingkungan, dan keuangan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam praktik *Corporate Social Responsibility* merupakan apa yang disebut dengan *community development* yang kemudian dikembangkan oleh perusahaan untuk memperoleh dan meningkatkan citra yang baik di mata para pemangku kepentingan.

Perusahaan dengan konsep *community development* akan lebih berfokus pada membangun kapasitas masyarakat, dengan kata lain menggali potensi masyarakat untuk menjadi modal bagi perkembangan perusahaan. Dengan penerapan konsep ini akan dapat menumbuhkan rasa kepercayaan dan rasa memiliki dari masyarakat sehingga masyarakat dapat merasakan manfaat akan hadirnya suatu perusahaan. Porter dan Kramer (2006) menyatakan bahwa *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan dapat memperbaiki *image* perusahaan, memperkuat merek, dan dapat meningkatkan nilai sahamnya.

Jones (1995) menyatakan bahwa perusahaan dengan *Corporate Social Responsibility* yang baik memiliki keinginan untuk cenderung menjadi lebih baik, jujur, dapat dipercaya, dan bersikap lebih etis dikarenakan hal tersebut sangat diperlukan dalam perusahaan. Dilihat dari segi moralitas, manajer yang melakukan aktivitas *Corporate Social Responsibility* akan cenderung untuk menjaga transparansi dalam pelaporan keuangannya sehingga akan mengurangi tindakan manajemen laba. Selain itu aktivitas *Corporate Social Responsibility* merupakan sarana bagi perusahaan

dalam membentuk nilai dan reputasi perusahaan sehingga untuk tetap menjaga nilai dan reputasi perusahaan, manajer tidak akan melakukan praktik manajemen laba yang merupakan suatu tindakan yang dipandang tidak etis.

Dalam penelitian sebelumnya, Gelb dan Strawser (2001), Chih et al. (2008), Choi dan Pae (2001) berargumen bahwa perusahaan dengan tanggung jawab sosial tidak hanya berfokus pada peningkatan laba untuk masa kini namun juga memelihara hubungan dengan pemangku kepentingan untuk masa depan (hipotesis perspektif jangka panjang). Dari perspektif ini, perusahaan dengan tanggung jawab sosial cenderung untuk memelihara hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan daripada memaksimalkan keuntungan jangka pendek. Dikarenakan pemangku kepentingan mengendalikan sumber daya yang penting untuk keberlangsungan perusahaan, seorang manajer yang berharap untuk sukses perusahaan secara kontinyu secara strategis mencurahkan perhatiannya akan kebutuhan dari pemangku kepentingan (Choi *et al.*, 2013).

Chih *et al.* (2008) menginvestigasi apakah *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh positif atau negatif terhadap kualitas informasi keuangan yang dipublikasikan oleh perusahaan dengan melihat sampel 1.653 perusahaan dari 46 negara selama periode 1993-2002. Dalam penelitian tersebut dipelajari 3 jenis manajemen laba, yaitu *earning smoothing*, *earning aggressivness*, dan *earning losses and decrease avoidance* dan menemukan bahwa tipe hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba tergantung pada manajemen laba yang diterapkan. Chih *et al.* (2008) menyimpulkan bahwa perusahaan dengan komitmen

pada *Corporate Social Responsibility* yang tinggi, tingkat manajemen laba cenderung rendah, *earning losses* menurun dan *avoidance* berkurang, namun tingkat *earning aggressiveness* meningkat. Hong dan Andersen (2011) dalam penelitiannya mengenai hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba juga menemukan bukti bahwa perusahaan yang terlibat dalam praktik *Corporate Social Responsibility* kecil kemungkinannya untuk melakukan manajemen laba.

Terdapat pandangan yang berlawanan yang menyebutkan bahwa *Corporate Social Responsibility* dapat disalahgunakan untuk menutupi perilaku oportunistik manajer. Prior *et al.* (2008) menemukan hubungan positif antara *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba. Prior *et al.* (2008) menemukan bahwa eksekutif dengan dorongan untuk melakukan manajemen laba sangat proaktif dalam meningkatkan eksposur publik melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan dengan aset dan kegiatan bisnisnya memiliki pengaruh yang tidak sedikit dalam membantu pemerintah menggerakkan ekonomi nasional. Namun, operasi bisnis suatu perusahaan tak hanya sebatas meraup kepentingan ekonomi saja. Secara etik, perusahaan juga memiliki tanggung jawab terhadap sosial dan lingkungan. Tanggung jawab ini membuat operasi perusahaan lebih berprikemanusiaan dan berkelanjutan (*sustainable*). Dalam konferensi bertajuk *Conference on Corporate Governance and Responsibility: Theory Meets Practice*, di National University of Singapore tahun 2016, disebutkan bahwa implementasi CSR yang sekedar mengandalkan sumbangan tidaklah akan berkelanjutan. Perusahaan di negara-negara Asia Tenggara cenderung belum memiliki regulasi dalam mengimplementasikan bisnis

yang berkelanjutan, khususnya dalam mengimplementasikan *Corporate Social Responsibility* perusahaan hanya memahami sebatas sumbangan atau *charity* masih terdapat perusahaan yang melaksanakan CSR di latar belakang oleh motif profit/ekonomi.

Di Singapura, dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* selalu melibatkan karyawannya. Aktivitas tersebut berdasarkan pada 7 komponen, yaitu dukungan dari manajer, menciptakan pemahaman terhadap *Corporate Social Responsibility*, menyelaraskan *Corporate Social Responsibility* dengan *Human Resources*, komunikasi dan edukasi, kegiatan operasional yang memperhatikan lingkungan, kegiatan sukarela, dan keterlibatan pemangku kepentingan. Sejalan dengan Singapura, aktivitas *Corporate Social Responsibility* di Malaysia turut melibatkan karyawan dalam pelaksanaannya. Bursa Malaysia memberikan arahan terkait fokus pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* yang meliputi lingkungan, tempat kerja, komunitas, dan pasar, serta pada tahun 2007 diumumkan bahwa semua perusahaan publik yang terdaftar dalam Bursa Malaysia diminta untuk mengungkapkan kegiatan *Corporate Social Responsibility* baik untuk perusahaan induk hingga anak perusahaan mereka.

Di Indonesia, pengaturan terkait dengan *Corporate Social Responsibility* termuat dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Secara umum, perhatian terhadap kegiatan *Corporate Social Responsibility* menunjukkan kesadaran bahwa terdapat potensi timbulnya dampak buruk bagi lingkungan maupun sosial dari aktivitas usaha dimana dampak tersebut berusaha untuk dikurangi melalui

berbagai cara untuk tetap menjaga keselamatan lingkungan tersebut. Berdasarkan Pasal 1 (1) Undang-Undang Perseroan Terbatas, “Perseroan (Perseroan Terbatas) adalah badan hukum yang merupakan persekutuan modal, didirikan berdasarkan perjanjian, melakukan kegiatan usaha dengan modal dasar yang seharusnya terbagi dalam saham dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan dalam Undang-Undang ini serta peraturan pelaksanaannya”. Dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas disebutkan bahwa suatu badan usaha (Perseroan) harus mengikuti dan memenuhi persyaratan dalam Undang-Undang Perseroan Terbatas, termasuk kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang disebutkan dalam Pasal 1 (3) Undang-Undang Perseroan Terbatas, “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”.

Dalam Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas diatur beberapa hal terkait dengan *Corporate Social Responsibility*, diantaranya:

1. *Corporate Social Responsibility* wajib untuk perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang yang berkaitan dengan sumber daya alam, maksudnya adalah perseroan yang kegiatan usahanya usahanya mengelola dan memanfaatkan sumber daya alam.
2. *Corporate Social Responsibility* merupakan kewajiban perusahaan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Mengenai sanksi, disebutkan bahwa perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban *Corporate Social Responsibility* akan dikenai sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang terkait.



Dalam Pasal 15 huruf b Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 diatur bahwa setiap penanam modal wajib melaksanakan *Corporate Social Responsibility*. Yang dimaksud dengan *Corporate Social Responsibility* adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanam modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat. Selain itu dalam Pasal 16 Undang-Undang No. 25 Tahun 2007 juga diatur bahwa setiap penanam modal bertanggung jawab untuk menjaga kelestarian lingkungan hidup sehingga hal ini juga merupakan bagian dari *Corporate Social Responsibility*.

Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Gras-Gil *et al.*, (2016), penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap tingkat praktik manajemen laba dalam suatu perusahaan. Penelitian ini mengambil sampel perusahaan manufaktur di kawasan Asia Tenggara. Hal ini karena terdapat persamaan karakteristik perusahaan di Asia Tenggara mayoritas memiliki konsentrasi kepemilikan dan kontrol yang tinggi oleh keluarga (Millar *et al.*, 2005; Stein dan Rosefielde, 2005).

Dalam penelitiannya, Claessens *et al.*, (2000) menyatakan bahwa Indonesia, Philipina, dan Thailand merupakan negara dengan kepemilikan keluarga yang mengendalikan separuh dari sektor perusahaan dalam kapitalisasi pasar. Oleh karena itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan pengaruhnya terhadap tingkat praktik manajemen laba terutama untuk perusahaan di kawasan Asia Tenggara. Namun penelitian ini hanya terbatas pada

perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam bursa efek negara terkait. Dari kriteria tersebut didapatkan jumlah sampel sebanyak 630 dengan rincian sebanyak 93 perusahaan manufaktur dari Indonesia, 96 perusahaan manufaktur dari Malaysia, 32 perusahaan manufaktur dari Singapura, 81 perusahaan manufaktur dari Thailand, dan 13 perusahaan manufaktur dari Filipina (sampel penelitian adalah 2 tahun). Untuk negara-negara lain (Vietnam, Brunei Darussalam, Laos, Myanmar, dan Kamboja) tidak terdapat sampel penelitian terkait dikarenakan tidak ada kesesuaian antara data yang tersedia (dalam bursa efek negara terkait) dengan kriteria sampel yang ditetapkan.

Dalam penelitian ini juga diusulkan beberapa variabel kontrol di antaranya ukuran perusahaan, leverage, dan ROA. Terdapat beberapa argumen yang mendasari penggunaan variabel kontrol tersebut.

Pertama, penggunaan ukuran perusahaan karena menurut hipotesis biaya politik yang menyebutkan bahwa perusahaan besar relatif akan melakukan praktik manajemen laba dengan cara menurunkan laba yang dilaporkan karena perhatian dari pemerintah akan meningkat seiring dengan pertumbuhan perusahaan (Young, 1999). Pemeriksaan yang lebih ketat akan menurunkan potensi manajemen laba pada perusahaan besar.

Kedua, leverage sebagai kontrol untuk kemungkinan kebangkrutan perusahaan. Perusahaan dengan kendala finansial atau *distress* memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dengan meningkatkan nilai laba yang dilaporkan untuk mengurangi potensi kerugian (Park dan Shin, 2004).

Ketiga, ROA merupakan proksi dalam mengukur tingkat profitabilitas perusahaan. Perusahaan dengan laba yang tinggi (rendah) cenderung memiliki nilai

akrual yang tinggi (rendah) (McNichos, 2000). Sebagai konsekuensinya, lebih mungkin untuk ditemukan hubungan positif antara perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi dengan manajemen laba.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* memberikan manfaat baik dari sisi perusahaan maupun dari sisi pemangku kepentingan. Aktivitas *Corporate Social Responsibility* dapat membangun citra positif perusahaan di mata pemangku kepentingan. Pengungkapan aktivitas *Corporate Social Responsibility* menunjukkan transparansi dan akuntabilitas atas informasi dan aktivitas perusahaan, dengan hal tersebut dapat menurunkan tingkat penyalahgunaan informasi oleh pihak manajemen sehingga perusahaan dengan tanggung jawab sosial tidak melakukan manajemen laba. Alasan yang mendasari hal ini adalah bahwa perusahaan dengan tanggung jawab sosial tidak akan menyembunyikan informasi yang kurang menguntungkan terkait realisasi penghasilan sehingga tidak melakukan manajemen laba (Chih *et al.*, 2008). Oleh karena itu, dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini: *Bagaimanakah pengaruh tingkat pengungkapan aktivitas Corporate Social Responsibility terhadap tingkat manajemen laba?*

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh tingkat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap tingkat manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang

terdaftar dalam Bursa Efek pada masing-masing negara di Asia Tenggara yang meliputi Indonesia, Malaysia, Singapura, Philipina, Thailand, dan Vietnam.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### 1. Manfaat teoritis

Menyediakan informasi terkait dengan manfaat pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan praktik manajemen laba dalam suatu perusahaan dan diharapkan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam perkembangan ilmu ekonomi terutama yang terkait dengan masalah *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba.

##### 2. Manfaat praktis

Dengan penelitian yang memberikan informasi mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba diharapkan investor maupun kreditur untuk dapat mempertimbangkan setiap kebijakan manajemen terutama yang terkait dengan *Corporate Social Responsibility*.

#### **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika dari penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

**BAB II : TELAAH PUSTAKA**

Bab ini menguraikan mengenai landasan teori yang digunakan dalam penelitian, penelitian terdahulu yang terkait dengan permasalahan yang diteliti, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

**BAB III : METODE PENELITIAN**

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

**BAB IV : HASIL DAN ANALISIS**

Bab ini menguraikan mengenai deskripsi objek penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

**BAB V : PENUTUP**

Dalam bab ini dikemukakan kesimpulan yang diperoleh berdasarkan hasil pengujian hipotesis, selain itu juga berisi saran dan keterbatasan penelitian.