

HUBUNGAN SIMULTAN ANTARA MANAJEMEN LABA DAN PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY*

Nanintha Gemala Hadiatullah
Dwi Ratmono¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro
Jl. Prof. Soedharto SH Tembalang, Semarang 50239, Phone: +622476486851

ABSTRACT

This study aims to examine the simultaneous relationship between earnings management and corporate social responsibility disclosure. This study uses several control variables including the size of the company, the size of the profitability, market to book ratio, leverage, the auditor, auditor changes and the size of the Board of Commissioners. The population in this research is the manufacturing companies listed on the Indonesia stock exchange in 2010-2013. A total of observations used in the study was 232 companies. Analytical techniques used are the Ordinary Least Square (OLS) and Two-Stage Least Square (2SLS). The results of the analysis show that the corporate social responsibility disclosure has no effect on the earnings management. Vice versa, the earnings management has no influence on corporate social responsibility disclosure.

Keywords: corporate social responsibility, earnings managements, simultaneous relationship.

PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis tidak hanya berfokus pada kegiatan yang berorientasi pada keuangan saja, akan tetapi kegiatan non-keuangan pun harus diperhatikan untuk keberlangsungan sebuah perusahaan. Kegiatan yang berorientasi pada keuangan salah satunya adalah pencapaian laba perusahaan sedangkan kegiatan non-keuangan yang dimaksud adalah keterlibatan perusahaan dengan lingkungan dan sosial. Sebagai wujud keterlibatan dengan lingkungan dan sosial maka perusahaan menerapkan tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen perusahaan kepada seluruh komponen yang berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan seperti karyawan, konsumen, pemegang saham maupun masyarakat dalam aspek ekonomi, sosial dan lingkungan.

Pelaksanaan kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam bentuk pertanggungjawaban dari perusahaan kepada masyarakat (sosial) dan lingkungan dilaksanakan di dalam dunia bisnis secara global dan tidak terkecuali Indonesia (Purwanto, 2011). Saat ini, praktik CSR di Indonesia merupakan suatu praktik yang bersifat wajib (*mandatory*) dilaksanakan oleh perusahaan. Hal tersebut didasarkan pada peraturan pemerintah dalam Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT). Pasal 74 ayat 1 menyatakan tentang kewajiban perusahaan dalam melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan pada pasal 66 ayat 2 menyatakan tentang kewajiban perusahaan dalam menyampaikan laporan tahunan termasuk didalamnya pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Laporan tahunan merupakan salah satu bentuk transparansi antara manajemen kepada konsumen, investor dan pemangku kepentingan lainnya. Menurut Anggraini (2006), pelaporan informasi sosial mampu membangun *image* perusahaan. Pelaporan CSR juga menjadi ajang bagi perusahaan untuk menutupi tindakan manajer dalam melakukan praktik manajemen laba. Manajemen laba dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi pihak luar dalam mengambil keputusan (Chih *et al*, 2008).

Kegiatan CSR dan manajemen laba merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan untuk membentuk citra atau *image* perusahaan. Citra perusahaan dianggap penting

¹ Corresponding author

karena menurut Laksana (2012), citra merupakan refleksi dari realitas organisasi bagaimana organisasi dipandang oleh publiknya (dikutip dari Hermanto, dkk 2013).

Secara tidak langsung, citra baik perusahaan mampu memberikan kontribusi pada kelangsungan hidup jangka panjang perusahaan. Citra baik perusahaan akan menarik minat investor untuk menanamkan modal. Modal yang ditanamkan oleh investor akan mendukung kebutuhan keuangan perusahaan. Dengan kondisi keuangan yang baik, perusahaan secara umum maupun manajer secara khusus akan memperoleh bonus dari stakeholder. Pemberian bonus menjadi motivasi dalam meningkatkan kinerja. Kinerja yang terus meningkat menjadi cerminan keberlangsungan hidup suatu entitas.

Akan tetapi, citra baik perusahaan belum tentu memberikan jaminan bahwa perusahaan tersebut tidak melakukan aktivitas manajemen laba. Oleh karena itu, investor harus berhati-hati dalam memberikan penilaian perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dan sebaliknya. Selain itu, penelitian ini juga dilakukan untuk menganalisis apakah terdapat hubungan simultan antara manajemen laba dan pengungkapan *corporate social responsibility*.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Manajemen Laba

Manajemen laba adalah suatu tindakan yang dilakukan manajer untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan untuk mencapai tujuan tertentu. Sulistiawan (2003) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu aktivitas badan usaha yang memanfaatkan teknik dan kebijakan akuntansi untuk mendapatkan hasil yang diinginkan (dikutip dari Ekawati, 2012).

Healy dan Wahlen (1999) dalam Prior *et al* (2008) menjabarkan tiga hal yang memicu terjadinya manajemen laba. Pertama, manajer melakukan manajemen laba untuk mempengaruhi harga saham maupun memberikan informasi terkait prospek perusahaan dimasa depan. Kedua, perjanjian kontraktual yang dilakukan perusahaan memicu timbulnya manajemen laba untuk meningkatkan bonus dan keselamatan jabatan. Ketiga, perusahaan cenderung melakukan manajemen laba dengan melaporkan laba yang kurang menguntungkan karena tekanan yang ditimbulkan dari otoritas-otoritas terkait. Contohnya, kewajiban perusahaan untuk membayar pajak.

Terdapat dua pola dalam manajemen laba yaitu *income decreasing* dan *income increasing*. *Income increasing* adalah kecenderungan perusahaan melakukan manajemen laba untuk meningkatkan laba perusahaan yang dilaporkan. *Income decreasing* adalah kecenderungan perusahaan untuk menurunkan laba perusahaan yang dilaporkan. Motivasi manajemen untuk melakukan *income increasing* adalah harapan akan meningkatnya kompensasi keuangan seiring dengan meningkatnya laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan pertumbuhan laba yang konstan tiap tahunnya lebih menarik minat investor untuk menanamkan modal. Sedangkan motivasi manajemen untuk melakukan *income decreasing* salah satunya adalah untuk mengurangi biaya pajak akan tetapi tetap menjaga citra perusahaan dengan mematuhi peraturan yang dibuat oleh pemerintah.

Menurut Puspatrianti dan Fitriany (2014), manajemen laba dilakukan agar laporan keuangan perusahaan tampak lebih baik sehingga publik akan memberi penilaian bahwa perusahaan dalam keadaan sehat dan menguntungkan. Laba perusahaan yang besar belum tentu mencerminkan perusahaan yang sehat dan menguntungkan. Menurut Yulianti (2005), laba yang berkualitas adalah laba yang mencerminkan laba yang berkelanjutan (*sustainable earnings*) di masa depan (dikutip dari Puspatrianti dan Fitriany, 2014). Akan tetapi, manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan memiliki resiko kehilangan kepercayaan dari para pemangku kepentingan dalam perusahaan. Kehilangan kepercayaan tersebut berupa pengawasan yang ketat dari pemegang saham, tekanan dari investor, boikot oleh para aktivis masyarakat, ekspos oleh media, kesalahpahaman dari pelanggan maupun tindakan hukum dari regulator (Zahra *et al.*, 2005 dalam Sari dan Utama, 2014).

Corporate Social Responsibility

CSR merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap seluruh komponen, yang mendukung berlangsungnya aktivitas perusahaan, dalam

mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut dalam aspek sosial, ekonomi maupun lingkungan serta menjaga agar dampak tersebut selalu memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya. Penjelasan tersebut didukung oleh Purwanto (2011) yang menyatakan bahwa CSR merupakan komitmen berkelanjutan dari perusahaan untuk berperilaku dengan etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi sekaligus meningkatkan kualitas hidup tenaga kerja serta masyarakat sekitar perusahaan. Kotler dan Lee (2005) dalam Laksana (2012) berpendapat bahwa CSR merupakan komitmen perusahaan untuk memperbaiki kondisi hidup manusia serta lingkungan melalui praktik bisnis yang baik dan kontribusi sumber daya perusahaan.

Manfaat CSR yang dikemukakan Jones *et al* (2009) berdasarkan studi yang dilakukan oleh Bevan (2004) dalam Laksana (2012) diantaranya meningkatkan kinerja keuangan dan profit, komitmen dan keterlibatan karyawan, kemampuan berinovasi, reputasi dan nilai *brand*, hubungan dengan pelanggan dan pengetahuan mengenai kebutuhan mereka; mengurangi biaya operasional; manajemen resiko dan manajemen krisis; hubungan baik dengan pemerintah dan manajemen krisis; serta keberlangsungan jangka panjang bagi perusahaan dan karyawannya.

Tiga elemen penting CSR merupakan bagian dari kebijakan *triple bottom line* yang dikemukakan oleh Elkington pada tahun 1997 (Purwanto, 2011). *Triple bottom line* yang dimaksud adalah *Profit, People, dan Planet*. Perusahaan harus menyelaraskan perkembangan tiga elemen penting CSR tersebut agar mampu mencapai perkembangan perusahaan secara berkelanjutan.

Motivasi perusahaan untuk melakukan aktivitas CSR menurut Hong dan Andersen (2011) dalam Ekawati (2012). Pertama, aktivitas CSR merupakan wujud tanggung jawab moral perusahaan. Kedua, kepedulian terhadap masyarakat dan sosial berpengaruh terhadap keberlanjutan dan keberhasilan perusahaan. Ketiga, kegiatan perusahaan dilandasi oleh ijin yang diberikan pemerintah maupun masyarakat sekitar. Keempat, meningkatkan reputasi yang dimiliki oleh perusahaan.

Selain itu, Arief (2014) juga menyatakan bahwa terdapat beberapa konsep piramida pertimbangan perusahaan dalam melakukan aktivitas CSR yang dikembangkan oleh Archie B. Carol (1999), diantaranya tanggung jawab ekonomis, tanggung jawab legal, tanggung jawab etis dan tanggung jawab filantropis. Piramida tersebut memiliki arti bahwa perusahaan akan berusaha untuk membuat laba, mematuhi hukum, berperilaku etis dan menjadi perusahaan yang baik apabila perusahaan terlibat dalam CSR (Sari dan Utama, 2014).

Zhegal dan Ahmed (1990) dalam Angraini (2006) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan perusahaan diantaranya lingkungan, energi, praktik bisnis yang wajar, sumber daya manusia dan produk. Bidang lingkungan berbicara mengenai pengendalian polusi, pencegahan kerusakan lingkungan, perbaikan lingkungan, konservasi alam dan segala kegiatan yang berkaitan dengan pengelolaan lingkungan. Bidang energi terkait dengan konservasi energi. Praktik bisnis wajar meliputi pemberdayaan perempuan dan dukungan terhadap minoritas. Bidang sumber daya manusia berkaitan dengan aktivitas perusahaan dalam suatu komunitas termasuk didalamnya pelayanan kesehatan, pendidikan, dan seni. Sedangkan bidang produk terkait dengan kandungan produk dan keamanan produk.

Pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

Adanya perbedaan kepentingan antara *agent* dan *principal* menjadi celah bagi manajer untuk melakukan penyimpangan berupa manajemen laba. Prinsipal menginginkan investasi mereka menghasilkan pengembalian yang menguntungkan sedangkan agen menginginkan kompensasi keuangan yang besar. Perusahaan yang melakukan manajemen laba tidak mengungkapkan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Sehingga, hal tersebut menyebabkan tidak optimalnya keputusan investasi yang dilakukan *shareholder* (Prior, 2008). Oleh karena itu, manajer mengembangkan hubungan perusahaan dengan lingkungan sekitar sebagai salah satu cara menghindari kecurigaan pihak luar. Melalui CSR, perusahaan akan memperoleh ulasan dari media, legitimasi dari komunitas, regulasi yang menguntungkan dan perlindungan dari investor dan karyawan (Prior, 2008). Kegiatan sosial akan memberikan dampak positif bagi berbagai pihak serta memberikan manfaat dan kemajuan positif bagi perusahaan.

Pengungkapan CSR merupakan salah satu upaya manajemen perusahaan untuk menunjukan kepada pihak luar bahwa perusahaan dalam keadaan baik-baik saja. Pengungkapan

CSR juga menunjukkan bahwa kegiatan ekonomi yang dilakukan perusahaan didukung dan memberikan dampak bagi lingkungan sekitar tempat perusahaan beroperasi. Selain itu, perusahaan melakukan aktivitas CSR sebagai salah satu cara menjaga reputasi serta menjaga hubungan dengan masyarakat sekitar sehingga tidak terjadi penolakan yang akan berdampak buruk bagi perusahaan. Hal tersebut mengalihkan perhatian pemegang kepentingan dari kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya.

Perusahaan yang memiliki indikasi melakukan manajemen laba akan lebih aktif dalam pengungkapan publik melalui CSR (Prior, 2008). Apabila diketahui melakukan aktivitas manajemen laba maka pemilik perusahaan akan melakukan tindakan tegas kepada manajemen (Sari dan Utama, 2014). Maka, manajemen yang melakukan manajemen laba akan berusaha untuk menutupi tindakan mereka dengan memperluas pengungkapan CSR sebagai bentuk pengalih perhatian. Dari penjelasan ini, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H1: Manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility.

Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba.

Perusahaan melakukan aktivitas manajemen laba didukung dengan beberapa motivasi yang berkaitan dengan penciptaan citra perusahaan dimata pihak ketiga. Laporan tahunan merupakan salah satu alat komunikasi untuk memberikan gambaran umum kondisi perusahaan.

Pengungkapan CSR dalam laporan tahunan merupakan salah satu bentuk transparansi yang dilakukan oleh manajemen. Menurut Chih *et al* (2008), transparansi dan akuntabilitas penting bagi *shareholder*, karyawan, konsumen maupun komunitas. Apabila *shareholder* mencurigai adanya praktik manajemen laba dalam sebuah perusahaan maka nilai perusahaan dalam bursa saham akan turun (Dechow and Sweeney, 1996 dalam Prior, 2008). Laporan keuangan maupun laporan lain yang terkait dengan perusahaan yang dicurigai melakukan manajemen laba akan diragukan kebenarannya. Dengan demikian, pihak luar akan lebih berhati-hati untuk melakukan investasi pada perusahaan tersebut.

Teori legitimasi mendukung perusahaan untuk memperhatikan kepentingan berbagai pihak (Arief, 2014). Ekawati (2012) berpendapat bahwa pengungkapan CSR akan meningkatkan transparansi dan mengurangi manajemen laba. Tingkat manajemen laba yang kecil mencerminkan kualitas laporan keuangan yang baik. Dengan demikian, keputusan yang diambil perusahaan maupun pihak ketiga akan tepat sasaran. Hal tersebut akan meningkatkan citra perusahaan dimata pihak ketiga.

Perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial cenderung tidak terlibat dalam manajemen laba karena memiliki perilaku yang dapat dipercaya, bersikap etis, dan memiliki standar perilaku yang baik. Perusahaan melakukan tanggung jawab sosial sebagai wujud konsekuensi sosial dari kegiatan ekonomi yang dilakukan dan merupakan suatu praktik yang diharapkan oleh masyarakat (Ekawati, 2012). Pernyataan diatas didukung dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan berusaha untuk menyesuaikan diri dengan nilai dan norma yang berlaku di lingkungan sekitar tempat perusahaan beroperasi (Purwanto, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Chih *et al* (2008) menunjukkan peningkatan CSR akan menurunkan praktik *income smoothing*. Berdasarkan *myopia avoidance hypotheses* milik Chih *et al* (2008), perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial yang baik tidak akan menyembunyikan laba yang tidak menguntungkan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan tidak hanya fokus dalam meningkatkan laba semata tetapi juga menjaga hubungan baik jangka panjang dengan pihak-pihak yang bekerja sama. Maka, semakin luas pengungkapan CSR akan semakin kecil kemungkinan terjadi praktik manajemen laba. Dari penjelasan tersebut, maka hipotesis yang diajukan adalah:

H2: Pengungkapan corporate social responsibility berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini dibagi menjadi tiga jenis yaitu variabel dependen, variabel independen dan variabel kontrol. Penelitian ini menggunakan dua model

persamaan untuk menguji hipotesis. Pada model I CSR menjadi variabel dependen dan manajemen laba menjadi variabel independen. Sebaliknya, pada model II CSR menjadi variabel independen dan manajemen laba (EM) menjadi variabel dependen. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah auditor yang digunakan oleh perusahaan (AUD), pergantian auditor (AUDC), leverage perusahaan (LEV), pertumbuhan perusahaan (MB), profitabilitas perusahaan (ROA), ukuran perusahaan (SIZE) dan ukuran dewan komisaris (BOC).

Variabel manajemen laba dideteksi dengan *discretionary accrual* (DACC) menggunakan *The Modified Jones Model* (1991). Nilai DACC akan menunjukkan pola manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila nilai DACC menunjukkan nilai positif maka perusahaan diketahui memiliki kecenderungan untuk melakukan *income increasing*. Sebaliknya, jika nilai DACC menunjukkan nilai negatif maka perusahaan diketahui memiliki kecenderungan untuk melakukan *income decreasing*. Variabel CSR pada penelitian ini diukur dengan membandingkan jumlah item yang diungkapkan oleh perusahaan dengan jumlah item pengungkapan menurut GRI versi 3.0. Variabel LEV (*leverage*) diukur dengan membandingkan total liabilitas dengan total ekuitas. Variabel MB (*market-to-book value*) diukur dengan membandingkan nilai pasar ekuitas dengan nilai buku ekuitas. Variabel ROA (*return on assets*) diukur dengan membandingkan nilai laba bersih setelah pajak dengan nilai total aset. Nilai variabel SIZE (ukuran perusahaan) didapatkan dari *natural logaritma* nilai total aset. Variabel AUD menunjukkan apakah perusahaan menggunakan auditor BIG 4 atau tidak. Sedangkan, variabel AUDC menunjukkan apakah perusahaan melakukan pergantian auditor atau tidak. Variabel AUD dan AUDC diukur dengan menggunakan indikator variabel dummy. Sedangkan, nilai variabel BOC (*board of commissioner*) didapatkan dari jumlah dewan komisaris yang dimiliki tiap perusahaan.

Penentuan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel penelitian adalah 232 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dari tahun 2010-2013 yang dipilih dengan menggunakan metode *Purposive Sampling*, yaitu metode pemilihan populasi sesuai dengan kriteria sampel yang diperlukan dalam penelitian. Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Tidak mengalami *delisting* dan *relisting* dalam periode penelitian; (2) Mempublikasikan laporan tahunan di www.idx.co.id periode 2010-2013; (3) Melaporkan data keuangan dalam mata uang rupiah; (4) Laporan keuangan yang disajikan per 31 desember.

Metode Analisis

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan metode analisis regresi OLS (*ordinary least square*) dan metode analisis regresi 2SLS (*2-stage least square*). Model regresi yang digunakan adalah:

Persamaan 1:

$$CSR_{ij} = \beta_0 + \beta_1 EM_{ij} + \beta_2 LEV_{ij} + \beta_3 MB_{ij} + \beta_4 ROA_{ij} + \beta_5 SIZE_{ij} + \beta_6 BOC_{ij} + u_{ij} \quad (3.1)$$

Persamaan 2:

$$EM_{ij} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{ij} + \alpha_2 LEV_{ij} + \alpha_3 MB_{ij} + \alpha_4 ROA_{ij} + \alpha_5 SIZE_{ij} + \alpha_6 AUD_{ij} + \alpha_7 AUDC_{ij} + u_{ij} \quad (3.2)$$

Keterangan:

CSR	= Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i>
EM	= <i>Earnings Management</i> (Manajemen Laba)
LEV	= <i>Leverage</i>
MB	= <i>Growth</i>
ROA	= <i>Return on Assets</i>
SIZE	= Ukuran Perusahaan
AUD	= Auditor Perusahaan
AUDC	= Pergantian Auditor
BOC	= Dewan Komisaris

α dan β = Konstanta
 $\beta_1 - \beta_5$ = Koefisien Regresi model I
 $\alpha_1 - \alpha_7$ = Koefisien Regresi model II

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Tabel 1
Pengambilan Sampel

No	Keterangan	Jumlah
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2010-2013	132
2.	Perusahaan yang mengalami <i>delisting</i> dari BEI selama tahun 2010-2013	(7)
3.	Laporan tahunan tidak tersedia di www.idx.co.id	(31)
4.	Laporan keuangan dalam Dolar AS	(27)
5.	Laporan keuangan tidak per 31 Desember	(1)
6.	Data tidak lengkap	(8)
Jumlah		58

Berdasarkan tabel tersebut, jumlah sampel yang memenuhi kriteria adalah sebanyak 58 perusahaan. Periode yang digunakan dalam penelitian ini adalah selama 4 tahun. Dengan demikian, jumlah pengamatan yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebanyak 232 sampel perusahaan.

Statistik Deskriptif Variabel

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
CSR	232	0,0126	0,2911	0,1116	0,0511	
EM	232	-0,3571	0,3642	0,0489	0,0920	
LEV	232	-30,5981	27,9771	1,1863	4,0656	
MB	232	-8,9286	46,6228	2,6200	5,9098	
ROA	232	-0,7558	0,4162	0,0682	0,1226	
SIZE	232	23,0825	32,9970	27,7890	1,6520	

Sumber: Data Sekunder yang Diolah, 2015

Hasil uji statistik deskriptif variabel CSR menunjukkan nilai terkecil, nilai terbesar dan rata-rata dari adalah 0,0126, 0,2911, dan 0,1116 dengan standar deviasi sebesar 0,0511. Variabel EM menunjukkan nilai terkecil sebesar -0,3571, nilai terbesar sebesar 0,3642, dan nilai rata-rata sebesar 0,0489 dengan standar deviasi sebesar 0,0920. Rata-rata EM menunjukkan nilai positif. Hal tersebut menandakan bahwa rata-rata sampel perusahaan dalam penelitian ini memiliki kecenderungan untuk melakukan *income increasing*. Variabel LEV menunjukkan nilai terkecil sebesar -30,5981, nilai terbesar sebesar 27,9771, dan nilai rata-rata sebesar 1,1863 dengan standar deviasi sebesar 4,0656. Variabel MB (*market-to-book*) menunjukkan nilai terkecil, nilai terbesar dan rata-rata sebesar -8,9286, 46,6228, dan 2,6200 dengan standar deviasi sebesar 5,9098. Variabel ROA memiliki nilai terkecil sebesar -0,7558, nilai terbesar sebesar 0,4162, dan nilai rata-rata sebesar 0,0682 dengan standar deviasi sebesar 0,1226. Hasil uji statistik deskriptif variabel SIZE memiliki nilai terkecil, nilai terbesar dan rata-rata dari variabel MB adalah 23,0825, 32,9970, dan 27,7890 dengan standar deviasi sebesar 1,6520.

Pembahasan Hasil Regresi

Hasil uji statistik t untuk model I dan model II disajikan dalam Tabel 3. Model I bertujuan untuk menguji pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan CSR. Sedangkan, model II bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap manajemen laba.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Model I – OLS		Model II – OLS	
	t	Sign.	t	Sign.
(Constant)	-3,136	0,002	0,872	0,384
CSR	-	-	2,081	0,039
EM	2,088	0,038	-	-
LEV	-0,938	0,349	0,846	0,389
MB	4,349	0,000	-3,446	0,001
ROA	-2,440	0,015	5,299	0,000
SIZE	4,060	0,000	-0,728	0,468
AUD	-	-	-1,048	0,296
AUDC	-	-	-0,453	0,651
BOC	5,309	0,000	-	-

Sumber : Data Sekunder yang Diolah, 2015

Tabel 3 menunjukkan hasil uji t yang dilakukan terhadap model I dengan variabel CSR sebagai variabel dependen. Variabel independen pada model ini adalah variabel EM dan variabel kontrol yang digunakan adalah LEV, MB, ROA, SIZE, dan BOC. Variabel EM menunjukkan nilai sebesar 0,065 dan nilai t sebesar 2,088 pada tingkat signifikansi sebesar 0,038. Nilai koefisien regresi dan nilai t menunjukkan pengaruh variabel EM terhadap variabel CSR memiliki arah positif signifikan. Nilai koefisien regresi dan nilai t variabel leverage (LEV) menunjukkan nilai sebesar -0,001 dan -0,938. Kedua nilai tersebut menunjukkan arah negatif dan berada pada tingkat signifikansi 0,349. Dengan demikian, variabel LEV dinyatakan memiliki pengaruh negatif tidak signifikan terhadap CSR. Nilai koefisien regresi variabel MB sebesar 0,002 dan nilai t sebesar 4,349. Nilai signifikansi sebesar 0,000 berada di bawah tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya. Variabel MB dinyatakan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap CSR. Variabel ROA menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,071 dan nilai t sebesar -2,440. Nilai signifikansi variabel ROA berada dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,015. Hal tersebut membuktikan bahwa variabel ROA berpengaruh negatif terhadap variabel CSR. Nilai koefisien regresi variabel SIZE sebesar 0,009 dan nilai t sebesar 4,060. Kedua nilai tersebut menunjukkan arah positif dan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai signifikansi variabel SIZE berada dibawah 0,05. Sehingga, hasil tersebut membuktikan bahwa variabel SIZE memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel CSR. Variabel BOC menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,010 dengan nilai t sebesar 5,309. Selain itu, tingkat signifikansi variabel BOC menunjukkan nilai sebesar 0,000 yang menandakan bahwa variabel BOC memiliki pengaruh positif terhadap CSR.

Hasil uji statistik t model II dengan variabel EM sebagai variabel dependen juga ditunjukkan pada tabel 3. Pada model II, variabel independen yang digunakan adalah variabel CSR sedangkan variabel kontrol yang digunakan adalah LEV, MB, ROA, SIZE, AUD dan AUDC. Nilai koefisien regresi variabel CSR terhadap variabel EM sebesar 0,273. Nilai t model II adalah sebesar 2,081 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,039. Nilai koefisien regresi dan nilai t variabel CSR pada model II menunjukkan arah positif. Nilai signifikansi berada dibawah 0,05. Maka dapat disimpulkan, variabel CSR berpengaruh positif terhadap variabel EM. Variabel LEV pada model II menunjukkan nilai koefisien regresi terhadap EM sebesar 0,001 dan nilai t sebesar 2,081. Nilai signifikansi variabel LEV berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0,389. Hasil uji menunjukkan bahwa

variabel LEV memiliki pengaruh positif signifikan terhadap variabel EM. Nilai koefisien regresi variabel MB sebesar -0,004 dan nilai t sebesar -3,446. Tingkat signifikansi variabel MB berada dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,001. Dari hasil tersebut, dapat disimpulkan variabel MB memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap variabel EM. Variabel ROA menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,315 dan nilai t sebesar 5,299. Pada hasil uji, nilai signifikansi variabel ROA berada dibawah 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel ROA memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel EM. Nilai koefisien regresi variabel SIZE sebesar -0,004 dan nilai t sebesar -0,728. Kedua nilai tersebut menunjukkan arah negatif. Akan tetapi, nilai signifikansi variabel SIZE berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0,468. Dengan demikian, variabel SIZE menunjukkan bahwa variabel SIZE tidak berpengaruh terhadap variabel EM. Variabel AUD menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar -0,018 dan nilai t sebesar -1,048. Nilai signifikansi variabel AUD sebesar 0,296. Nilai tersebut berada diatas tingkat signifikan yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0,05. Sehingga, variabel AUD dapat dikatakan tidak memiliki pengaruh terhadap variabel EM. Nilai koefisien regresi variabel AUDC sebesar -0,007 dan nilai t sebesar -0,453. Kedua nilai tersebut menunjukkan arah negatif. Nilai signifikansi berada diatas 0,05 yaitu sebesar 0,651. Dapat disimpulkan, variabel AUDC tidak berpengaruh terhadap EM.

Tabel 4
Hasil Uji Simultanitas

	Uji Spesifikasi Hausman		Uji Exogenitas	
	t	Sign.	F	Sign.
Res_1	2,061	0,040	-	-
Model I	-	-	18,361	0,000
Model II	-	-	4,261	0,000

Sumber : Data Sekunder yang Diolah, 2015

Uji spesifikasi hausman bertujuan untuk memastikan apakah terdapat hubungan simultan antara variabel CSR dan variabel EM. Tabel 4 menunjukkan nilai signifikansi RES_1 sebesar 0,040. Hasil tersebut membuktikan bahwa terdapat hubungan simultan antara variabel CSR dan variabel EM.

Uji exogenitas digunakan untuk memastikan apakah variabel CSR dan variabel EM merupakan variabel endogen. Variabel endogen adalah variabel yang nilainya ditentukan dalam model. Hasil uji exogenitas menunjukkan kedua model memiliki nilai F diatas 4 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan demikian, hasil tersebut membuktikan bahwa kedua variabel merupakan variabel endogen.

Tabel 5
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Model I – 2SLS		Model II – 2SLS	
	T	Sign.	t	Sign.
CSR	-	-	0,420	0,675
EM	0,438	0,662	-	-

Sumber : Data Sekunder yang Diolah, 2015

Hasil uji diatas menunjukkan bahwa variabel CSR tidak mempengaruhi variabel EM. Berlaku sama sebaliknya, variabel EM tidak mempengaruhi variabel CSR. Hal ini dibuktikan dengan nilai t pada model I sebesar 0,438 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,662. Sedangkan model II memiliki nilai t sebesar 0,420 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,675.

KESIMPULAN

Hasil uji regresi metode OLS menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan variabel EM terhadap variabel CSR pada model I. Pada model II, hasil uji menunjukkan adanya pengaruh yang sama antara variabel CSR terhadap variabel EM. Hasil tersebut mendukung hipotesis 1 dan menolak hipotesis 2.

Akan tetapi, hasil uji simultanitas menunjukkan adanya hubungan simultan antara variabel manajemen laba dan variabel CSR. Dengan demikian, hasil yang didapatkan dari regresi OLS dianggap tidak konsisten dan efisien. Sedangkan, hasil yang didapatkan dari regresi 2SLS dianggap konsisten dan efisien. Namun, hasil yang didapatkan dari regresi 2SLS berbanding terbalik dengan hasil yang didapatkan sebelumnya. Pengujian dalam regresi 2SLS menunjukkan bahwa variabel EM tidak mempengaruhi variabel CSR pada model I dan variabel CSR tidak mempengaruhi variabel EM pada model II. Dengan demikian, kedua hasil tersebut menolak kedua hipotesis yang telah dijabarkan pada bab II.

Tidak adanya pengaruh antara variabel CSR terhadap variabel EM pada model I menunjukkan hasil yang tidak konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Grougiou (2014). Grougiou (2014) menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan manajemen laba terhadap pengungkapan CSR. Selain itu, hasil uji ini tidak konsisten dengan teori agensi yang menunjukkan bahwa perbedaan kepentingan antara *agent* dan *principal* membuat manajemen manajemen berusaha untuk memanfaatkan CSR sebagai alat untuk menutupi praktik manajemen laba. Menurut Hong and Andersen (2011) dalam Grougiou (2014), manajer melakukan manajemen laba sebagai kegiatan untung-untungan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa kegiatan manajemen laba tidak mempengaruhi pengungkapan CSR.

Penelitian ini menunjukkan tidak adanya pengaruh EM terhadap CSR. Dengan demikian, EM bukan merupakan salah satu faktor yang secara searah mempengaruhi semakin luasnya pengungkapan CSR. Menurut Purwanto (2011), tipe industri dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Konsisten dengan penelitian Purwanto (2011), variabel kontrol SIZE pada penelitian ini menunjukkan nilai koefisien regresi sebesar 0,009 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000. Artinya, semakin besar perusahaan maka semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan. Sebaliknya, hasil uji 2SLS yang menunjukkan tidak adanya pengaruh variabel CSR terhadap variabel EM, konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Grougiou (2014). Grougiou (2014) menemukan adanya pengaruh negatif dan tidak signifikan aktivitas CSR terhadap EM. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa aktivitas CSR tidak menjelaskan keputusan manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba. Selain itu, hasil penelitian ini juga didukung dengan pernyataan Jones (2011a) dalam Grougiou (2014) yang menyatakan bahwa tindakan manajemen laba akan merusak legitimasi perusahaan. Menurut Grougiou (2014), kesuksesan perusahaan bergantung pada kemampuan manajer dalam mengatasi ancaman dan tantangan legitimasi. Dengan demikian, perusahaan tidak akan melakukan kegiatan jika nantinya akan merusak citra perusahaan dimata pihak luar. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi manajemen laba.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan perbandingan antara tipe industri agar dapat membandingkan pengungkapan CSR dan manajemen laba pada masing-masing industri, menambah periode pengamatan, serta menambah variabel penelitian.

REFERENSI

- Anggraini, F. R. (2006). Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta). *Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang*.
- Arief, A. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba. *Skripsi Program Sarjana Universitas Diponegoro*.
- Bowo, R. A. (2014). Pengaruh Pengelolaan Laba terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Mekanisme Corporate Governance sebagai Variabel Moderating. *Skripsi Program Sarjana Universitas Diponegoro*.

- Chih, H.-L., Shen, C.-H., and Kang, F.-C. (2008). Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence. *Journal of Business Ethics*, 79: 179-198.
- Daniantari, T. R. (2011). Estimasi Model Persamaan Simultan dengan Metode Two Stage Least Squares dan Penerapannya. *Skripsi Program Sarjana Universitas Negeri Yogyakarta*.
- Ekawati. (2012). Analisis Hubungan antara Corporate Social Responsibility dan Earnings Management pada Perusahaan Pertambangan dan Pertanian tahun 2008-2010 yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Skripsi Program Sarjana Universitas Indonesia*.
- Evandini, C. (2014). Faktor-faktor yang Berpengaruh terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI. *Skripsi Program Sarjana Universitas Diponegoro*.
- Friastuti, R. (2015). Dipetik March 26, 2015, dari *detik.com*: <http://news.detik.com/read/2015/03/26/142221/2870399/10/hiii-pabrik-es-batu-di-jakarta-timur-ini-jual-es-mengandung-bakteri-berbahaya>
- Ghozali, I. (2009). *Analisis Multivariate Lanjutan dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grougiou, V., Leventis, S., Dedoulis, E., and Owusu-Ansah, S. (2014). Corporate Social Responsibility and Earnings Management in U.S. Banks. *Accounting Forum*, 155-169.
- Gujarati, D., and Porter, D. (2009). *Basic Econometrics International Edition*. Singapore: The McGraw-Hill Companies.
- Hendriksen, E., and Van Breda, M. (2001). *Accounting Theory 5th Edition*. Singapore: McGraw Hill.
- Hermanto, A., Rachman, A., Kusumawati, D., Wirajaya, I. M., & Shihab, M. (2013). Manajemen Citra, Identitas, dan Reputasi Korporat.
- Kim, Y., Park, M. S., and Wier, B. (2012). Is Earning Quality Associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, 761-796.
- Kresna. (2015). Dipetik April 1, 2015, dari *merdeka.com*: <http://www.merdeka.com/peristiwa/pabrik-nata-de-coco-berbahaya-di-sleman-buang-limbah-sembarangan.html>



- Kusuma, D. (2013). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Pemoderasi. *Skripsi Program Sarjana Universitas Diponegoro*.
- Laksana, W. (2012). Implementasi Corporate Social Responsibility dalam Membentuk Reputasi Perusahaan. *Tesis Program Pascasarjana Universitas Indonesia*.
- Prior, D., Surroca, J., and Tribo, J. A. (2008). Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, Vol 16, No.3: 160-177.
- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 1-94.
- Puspatrisnanti, T., dan Fitriany. (2014). Analisis Hubungan Manajemen Laba dan Fraud dalam Laporan Keuangan. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Sari, D., dan Utama, S. (2014). Manajemen Laba dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Kompleksitas Akuntansi dan Efektifitas Komite Audit sebagai Variabel Pemoderasi. *Simposium Nasional Akuntansi XVII Lombok*.
- Widrianto, G. K. (2015, April 1). Dipetik April 8, 2015, dari *kompas.com*: <http://regional.kompas.com/read/2015/04/01/10231091/Terbongkar.Pabrik.Nata.De.Coco.Dioplos.Pupuk.ZA>