

PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2013-2016)

Nur Gandhi Mahesti, Zulaikha¹

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

ABSTRACT

The research aims to analyze the influence of earnings management on Corporate Social Responsibility disclosures used control variables include size, leverage and return on assets (ROA). This research used 280 samples of manufacturing firms listed in Indonesian Stock Exchange (IDX) during 2013 to 2016. The sampling method is purposive one. Data analyzed used multiple regression.

The results show that earnings management positively to Corporate Social Responsibility disclosures. This study showed companies that do earnings management tend to make high Corporate Social Responsibility disclosures than companies that does not earnings management.

Keyword : corporate social responsibility disclosure, earnings management, discretionary accruals

PENDAHULUAN

Dalam menjalankan bisnis, perusahaan mempunyai tanggung jawab kepada pemangku kepentingan, baik kepada pihak internal maupun eksternal. Pemangku kepentingan yang terlibat didalamnya antara lain pemegang saham, karyawan, pemasok, kreditor, masyarakat serta lingkungan. Tanggung jawab yang dilakukan perusahaan merupakan tanggung jawab sosial untuk menilai seberapa besar pengaruh perusahaan dimata masyarakat dalam mempengaruhi keputusan bisnis yang diambil perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) berhubungan erat dengan aspek etika dan moral dalam pembuatan keputusan dan perilaku perusahaan, isu penting dalam hal ini adalah perlindungan lingkungan, manajemen sumberdaya manusia, kesehatan dan keselamatan kerja, hubungan dengan masyarakat lokal, dan hubungan antara suplier dan konsumen (Castelo dan Lima, 2006). Aktivitas tanggung jawab sosial dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan meningkatkan kepuasan pemangku kepentingan (Orlitzky *et al.*, 2003).

¹ Corresponding author

Pada awal diberlakukannya peraturan mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan yaitu Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, banyak menuai protes. Hal ini dikarenakan aktivitas CSR diasumsikan sebagai aktivitas berdasarkan kerelaan bukan karena paksaan (Susanto, 2009). Pada pasal tersebut menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan usahanya di bidang atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan.

Namun kini perusahaan sudah semakin peduli dengan aktivitas CSR yang wajib dilakukan karena perusahaan dimungkinkan mendapat legitimasi dari masyarakat dan mendapatkan citra yang positif di mata masyarakat. Dalam Susanto (2009), riset yang dilakukan oleh *Roper Search Worldwide* menunjukkan sebanyak 75% responden memberikan nilai lebih kepada perusahaan atas produk dan jasa yang dipasarkan dengan memberikan kontribusi nyata kepada masyarakat melalui pengembangan program. Sekitar 66% responden juga menunjukkan bahwa mereka lebih memilih untuk mengganti merek dan produk lain berdasarkan reputasi perusahaan dengan citra positif. Hal ini diperkuat dengan dibentuknya Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 (b) yang menyebutkan bahwa setiap penanam modal berkewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan dan pada pasal 34 disebutkan pula bahwa perusahaan yang tidak memenuhi kewajiban yang telah ditentukan dalam pasal 15 akan dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal. Pada Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas juga menyatakan di pasal 66 ayat 2 tentang kewajiban perusahaan dalam menyampaikan laporan tahunan termasuk didalamnya pelaporan pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan.

Earnings management atau manajemen laba dapat didefinisikan sebagai perubahan perusahaan-perusahaan dilaporkan pada kinerja ekonomi oleh orang dalam untuk menyesuaikan beberapa *stakeholder* atau untuk mempengaruhi hasil kontrak (Healy dan Wahlen, 1999; Leuez *et al.*, 2003 dalam Gras-Gil *et al.* 2016). Manajemen laba merupakan tindakan yang bertentangan terhadap etika dan moral dalam pelaporan, karena bertujuan untuk menyesuaikan pengambilan keputusan oleh pemangku kepentingan berdasarkan laba yang dilaporkan. Tindakan manajemen laba yang dilakukan manajer dapat mengurangi kepercayaan pemangku kepentingan dalam penilaian kinerja perusahaan (Sembiring, 2017).

Menurut Vander Bauwhede (2001), manager akan cenderung untuk mengelola laba karena adanya kontrak implisit dan eksplisit, hubungan perusahaan dengan pasar modal, kebutuhan untuk pendanaan eksternal, lingkungan politik dan peraturan atau keadaan spesifik lainnya. Menurut Zahra (2005) tindakan ini disengaja, diusahakan untuk menyamarkan nilai riil dari aset perusahaan, transaksi, atau posisi keuangan, mempunyai konsekuensi negatif untuk pemangku kepentingan, karyawan, masyarakat luas, reputasi manajer, keamanan kerja dan karir. Laba akuntansi lebih dapat dipercaya dan lebih informatif ketika perilaku manajer dalam memanfaatkan peluang dapat dikendalikan dengan berbagai sistem pemantauan (Dechow *et al.*, 1996). Praktik manajemen laba banyak dilakukan namun sulit untuk dideteksi oleh pengguna laporan keuangan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

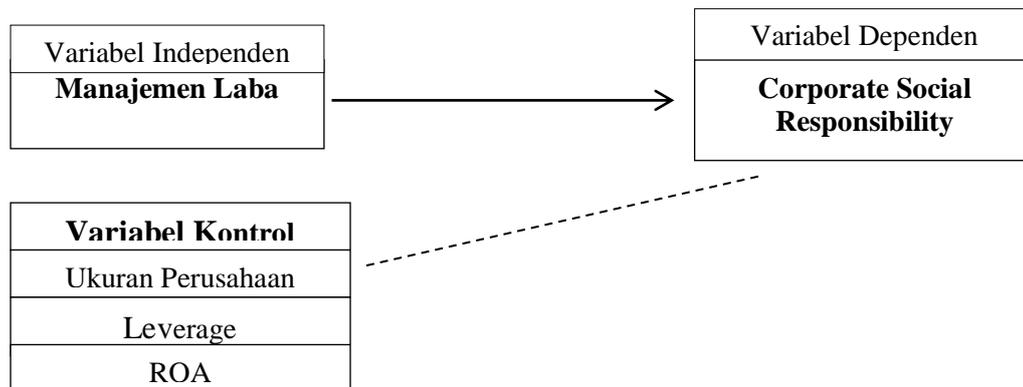
Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Reaponnibility* (CSR)

Menurut Suchman (1995) dalam Grougiou *et al.*, (2014), Legitimasi merupakan sebuah persepsi umum mengenai tindakan suatu entitas harus diinginkan oleh sistem norma, nilai, keyakinan, dan definisi yang berlaku. Teori legitimasi merupakan suatu usaha yang dilakukan perusahaan untuk meyakinkan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat dimana perusahaan itu beroperasi (Purwanto, 2011). Teori legitimasi ini dapat diterapkan pada perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Perusahaan menjadi bagian dari suatu komunitas dan lingkungannya itu sendiri. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan tersebut, akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Prior, Surroca, dan Tribó, (2008), menemukan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan *stakeholder* melalui kebijakan CSR. Manajer percaya bahwa dengan memenuhi kepuasan *stakeholder* dan mewujudkan kesan yang baik terhadap lingkungan dan sosial maka kecurigaan dan kewaspadaan dari *stakeholder* dapat dikurangi sehingga kemungkinan untuk diamati oleh *stakeholder* yang sudah puas juga dapat dikurangi. Dengan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesisnya sebagai berikut :
 H1 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan uraian diatas maka dapat digambarkan dengan model penelitian sebagai berikut:

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel dependen, variabel independen dan variabel kontrol. *Earnings management* sebagai variabel independen dan *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel dependen.

Variabel Independen

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat ditemukan pada *annual report*. Pengungkapan CSR diukur dengan menghitung item yang dicantumkan pada *annual report*, dan dihitung dengan menggunakan CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*). Jumlah item dalam CSDI dapat dihitung berdasarkan pedoman indikator yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiative (GRI) versi 4. Dalam pedoman yang dikeluarkan oleh GRI versi 4 terdapat 91 item pengungkapan, yang terdiri dari beberapa indikator tertentu yaitu:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Kinerja Lingkungan
3. Indikator Indikator Kinerja Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja
4. Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kinerja Masyarakat
6. Indikator Kinerja Tanggung Jawab atas Produk

Pemberian skor untuk tiap item pengungkapan menggunakan ukuran variabel 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 4. Kemudian perhitungan CSDI dilakukan dengan membagi jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item keseluruhan.

$$\text{CSR Disclosure} = \frac{\sum x}{n}$$

Keterangan :

$\sum X$ = Jumlah skor dari indeks pengungkapan CSR

n = Jumlah item indeks pengungkapan CSR, $n \leq 91$

Variabel Dependen

Variabel dependen pada penelitian ini adalah *earning management* yang diprosikan dengan *discretionary accruals*. Untuk mengestimasi *discretionary accrual*, penelitian ini menggunakan Modifikasi Model Jones (1991). Berikut langkah-langkah perhitungan model Jones:

1. Menghitung Total AkruaI

$$\text{Total AkruaI}_{it} = \text{NI}_{it} - \text{CFO}_{it}$$

TAC_{it} = Total akrual perusahaan i pada tahun ke t.

NI_{it} = Laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun ke t.

CFO_{it} = Arus kas operasi perusahaan i pada tahun ke t.

2. Menentukan Koefisien Regresi dari AkruaI

$$\text{TAC}_{it} / \text{TA}_{it-1} = \beta_1 (1 / \text{TA}_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta \text{REV}_{it} - \Delta \text{REC}_{it}) / \text{TA}_{it-1}) + \beta_3 (\text{PPE}_{it} / \text{TA}_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it} = Total akrual perusahaan pada tahun t

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

ΔREV_{it} = Perubahan total pendapatan pada tahun t

ΔREC_{it} = Perubahan total piutang bersih pada tahun t

PPE_{it} = *Property, Plant, and Equipment* perusahaan pada tahun t

ϵ_{it} = *Error item*

3. Menghitung *Non-Discretionary Accrual*

$$\text{NDAC}_{it} = \beta_1 (1 / \text{TA}_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta \text{REV}_{it} - \Delta \text{REC}_{it}) / \text{TA}_{it-1}) + \beta_3 (\text{PPE}_{it} / \text{TA}_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

NDCA = *Non-Discretionary Accrual*

4. Menghitung *Discretionary Accrual*

$$\text{DAC} = (\text{TAC} / \text{TA}_{it-1}) - \text{NDAC}$$

Keterangan:

DAC = *Discretionary Accrual* perusahaan

Variabel Kontrol

Penelitian ini terdiri dari 3 variabel control, yaitu ukuran perusahaan, *leverage* dan ROA.

1. Ukuran Perusahaan (SIZE)

Ukuran perusahaan menunjukkan seberapa besar perusahaan tersebut. Menurut Muttakin *et al.* (2015), Ukuran perusahaan dapat diperoleh dengan :

$$\text{Ukuran perusahaan (SIZE)} = \text{LN}(\text{total asset})$$

2. Leverage

Leverage adalah alat untuk mengukur ketergantungan perusahaan terhadap pembiayaan kegiatan operasi perusahaan melalui bantuan kreditur. Variabel *laverage* kontrol untuk kemungkinan kebangkrutan. Park dan Shin (2004) dalam Gras-Gil *et al.* (2016) berpendapat bahwa perusahaan yang menghadapi kendala keuangan atau tekanan mempunyai insentif penyesuaian kecenderungan laba meningkat sebaliknya untuk menghindari potensi kerugian dari mengungkapkan masalah keuangan. Variabel *laverage* (LEV) dirumuskan sebagai berikut :

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

3. ROA

Return on Assets adalah proksi dari profitabilitas perusahaan. Menurut Dechow *et al.* (1995) dalam Gras-Gil *et al.* (2016) perusahaan dengan abnormal yang tinggi (rendah) mempunyai laba yang positif (negatif) gangguan untuk laba yang mencakup komponen akrual dengan demikian perusahaan dengan laba yang tinggi (rendah) cenderung memiliki akrual tinggi (rendah). ROA dapat dihitung dengan rasio ROA, yang dirumuskan sebagai berikut :

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

Populasi dan Sampel

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data berupa laporan tahunan perusahaan tahun 2013-2016. Populasi penelitian ini adalah industri manufaktur yang listing di Bursa Efek Indonesia (BEI). Sampel berjumlah 280 industri manufaktur. Teknik *non probability sampling* yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini lebih tepatnya penulis menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling menurut Sugiyono (2010), yakni teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun pertimbangan pengambilan sampel yakni :

1. Industri manufaktur yang tercatat di BEI dengan pengamatan tahun 2013-2016.
2. Perusahaan memiliki pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya.
3. Industri manufaktur yang menyediakan data-data lengkap sesuai dengan kebutuhan penelitian.
4. Perusahaan tidak mengalami kerugian pada tahun penelitian.
5. Industri manufaktur yang tidak berubah jenis sektornya selama tahun pengamatan.

Sumber data diperoleh dari website Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan *bloomberg*. Data ini diperoleh penulis dari studi kepustakaan dengan cara mempelajari literatur-literatur serta sumber lain yang berhubungan dan relevan dengan masalah dan topik yang diteliti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data sekunder dan untuk mengetahui indikator-indikator dari variabel yang diukur.

Metode Analisis

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis.

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian yang disajikan melalui nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata, dan standar deviasi. Nilai maksimum dan nilai minimum digunakan untuk mengetahui nilai maksimum dan nilai minimum dari masing-masing variabel yang digunakan dalam analisis sampel. Nilai rata-rata digunakan untuk menghitung rata-rata variabel dari sampel yang dianalisis. Standar deviasi digunakan untuk mengetahui nilai dispersi dari masing-masing variabel. Statistik deskriptif dilakukan untuk mengetahui gambaran sampel secara keseluruhan.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik terdiri dari uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas adalah uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan atau korelasi. Apabila nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau nilai *VIF* ≥ 10 maka terjadi multikolonieritas, sebaliknya apabila nilai *tolerance* ≥ 10 atau nilai *VIF* ≤ 10 maka tidak terjadi multikolonieritas (Ghozali, 2016).

b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam model regresi linear 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. Hal ini sering ditemukan pada data runtut waktu (time series) karena

“gangguan” pada seseorang individu/kelompok cenderung mempengaruhi “gangguan” seseorang individu/kelompok yang sama pada periode berikutnya (Ghozali, 2016). Cara mengukur autokorelasi salah satunya menggunakan *Run Test*. *Run test* sebagai bagian statistik *non-parametrik* dapat pula digunakan untuk menguji apakah antar residual terdapat korelasi yang tinggi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menganalisis apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Model regresi yang baik adalah tidak terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2016). Untuk menguji heteroskedastisitas digunakan alat uji *glejser* yaitudengan meregresi nilai absolut residual terhadap variabel independen. Model dikatakan lolos uji heteroskedastisitas jika tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 (5%).

d. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik memiliki distribusi normal. Untuk menguji normalitas digunakan alat uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov (K-S). Model dikatakan memiliki disdistribusi normaljika tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05 (5%) (Ghozali, 2016).

3. Uji Hipotesis

Pengujian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pengujian regresi sederhana. Penelitian ini memuat satu hipotesis, yaitu:

H1: Manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Untuk menguji hipotesis diatas maka digunakan persamaan regresi sebagai berikut:

$$DAC_{it} = \beta_0 + \beta_1 CSR_{it} + \beta_2 LEV_{it} + \beta_3 SIZE_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \varepsilon_{it}$$

Keterangan :

DAC = *discretinary accruals*

CSR = *Corporate Social Responsibility* (CSR)

LEV = *leverage*

SIZE = ukuran perusahaan

ROA = *return on assets*

a. Pengujian Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji F dapat dinilai dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%). Ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis sebagai berikut:

- Jika nilai signifikan $> 0,05$ maka koefisien regresi tidak signifikan. Ini berarti bahwa secara simultan ketiga variabel independen tersebut tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
- Jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka koefisien regresi signifikan. Ini berarti secara simultan ketiga variabel independen tersebut mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Semakin mendekati angka satu maka menjelaskan variabel memberikan informasi yang sangat baik, dan sebaliknya nilai koefisien mendekati nol

maka menjelaskan variabel memberikan informasi yang sangat sedikit dan terbatas (Ghozali, 2016).

c. Pengujian Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Menurut Imam Ghozali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Objek penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu perusahaan manufaktur di Indonesia yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013-2016. Sampel penelitian diperoleh dengan beberapa kriteria, yaitu merupakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2016, perusahaan memiliki pengungkapan CSR dalam laporan tahunannya, perusahaan tidak mengalami kerugian pada tahun penelitian, Perusahaan tidak berubah jenis sektornya selama tahun pengamatan, serta perusahaan memiliki data yang lengkap untuk pengukuran seluruh variabel. Rincian mengenai penjelasan objek penelitian disajikan dalam Tabel 1.

Tabel 1
Perolehan Sampel Data

NO	KRITERIA	2013	2014	2015	2016
1.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia	136	141	143	144
2.	Perusahaan tidak menyertakan laporan CSR dalam laporan tahunannya pada tahun	4	4	5	5
3.	Perusahaan mengalami kerugian pada tahun penelitian	10	13	15	17
4.	Perusahaan tidak memiliki data yang lengkap untuk pengukuran seluruh variabel	52	54	53	52
5.	Jumlah	70	70	70	70
	Jumlah Sampel	280			

Statistik Deskriptif Penelitian

Analisis statistik deskriptif memberikan gambaran (deskripsi) atas data penelitian yang dapat menunjukkan nilai rata-rata (*mean*), nilai maksimum, minimum dan standar deviasi (Ghozali, 2016). Statistik deskriptif atas penelitian ini disajikan pada tabel 2 sebagai berikut.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

	N	Nilai Minimum	Nilai Maksimum	Mean	Standar Deviasi
DAC	280	0,05	2,1494	0,17	0,14
SIZE	280	25,62	33,198	28,58	1,68
LEV	280	0,00	7,3964	0,94	0,08
ROA	280	0,00	0,4214	0,08	0,08
CSR	280	4,40	37,36	15,68	5,47
Valid N (listwise)	280				

Sumber : Output SPSS, Data sekunder yang diolah, 2018

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi yang normal. Uji normalitas menguji t dan F yang mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Ada dua cara untuk dapat mendeteksi apakah residual berdistribusi secara normal/tidak yaitu dengan cara analisis grafik dan uji statistik (Ghozali, 2016). Uji statistik non-parametrik *One-Sample Kolmogorov-Smirnov* adalah cara tervalid untuk menguji normalitas. Apabila nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa data residual terdistribusi secara normal. Hasil uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas Data

Unstandardized Residual	
N	280
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.055

Sumber: Output SPSS, data Sekunder yang diolah tahun 2018

Hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dalam penelitian ini memperlihatkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0.055 dimana lebih besar dari 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa residual terdistribusi secara normal.

Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas memiliki tujuan untuk menguji apakah di dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (bebas). Model regresi dianggap baik apabila tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Hasil dari uji multikolonieritas ditunjukkan pada Tabel 4 :

Tabel 4
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
DAC	0.908	1.102
SIZE	0.908	1.101
LEV	0.941	1.063
ROA	0.866	1.154

a. Dependent Variable: CSR

Sumber: Output SPSS, data Sekunder yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 4 diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* menunjukkan tidak ada variabel yang memiliki nilai *tolerance* kurang dari 0,10. Hasil perhitungan *Variance Inflation Factor* (VIF) juga menunjukkan hal yang sama, bahwa semua variabel tidak memiliki nilai VIF yang lebih dari 10, jadi dapat disimpulkan bahwa tidak adanya multikolonieritas antara variabel dalam regresi.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk memeriksa kelayakan dari suatu pernyataan guna menarik kesimpulan apakah menerima atau menolak pernyataan tersebut. Uji hipotesis bertujuan untuk menetapkan suatu dasar yang digunakan untuk mengumpulkan bukti berupa data-data dalam penentuan keputusan menerima atau menolak kebenaran dari pernyataan yang telah dibuat. Uji ini dapat diukur dengan menggunakan nilai koefisien determinasi (R^2), nilai statistik F, dan nilai statistik t. Hasil uji hipotesis dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5
Uji Hipotesis

Model	t	Sig.
Constant	0.577	0.564
DAC	6.293	0.000
Size	-1.947	0.053
Lev	-0.497	0.619
ROA	-0.288	0.774
Regression		
Adjusted R Square		0.15
F		13.423
Sig.		0.000

a. Dependent Variable: CSR

b. Predictors: (Constant), ROA, DAC, Lev, Size

Sumber: Output SPSS, data Sekunder yang diolah tahun 2018

Uji hipotesis pertama adalah dengan menggunakan koefisien determinasi (R^2). Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Dengan kata lain, seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Semakin mendekati angka 1 maka menjelaskan variabel memberikan informasi yang sangat baik. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai koefisien determinasi mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat hasil *adjusted R square* sebesar 0,15. Hal tersebut menunjukkan bahwa 15% variasi variabel independen yaitu manajemen laba dan ketiga variabel dapat menjelaskan variasi variabel dependen yaitu pengungkapan CSR. Sedangkan sisanya sebesar 85% sisanya menunjukkan bahwa penjelasan lainnya terdapat pada variabel-variabel lain di luar model penelitian.

Uji hipotesis kedua adalah dengan menggunakan uji signifikansi simultan (uji F). Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen (Ghozali, 2016). Uji F dapat dinilai dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 (5%) yaitu jika nilai signifikan $\leq 0,05$ maka koefisien regresi signifikan. Tabel 5 memperlihatkan bahwa model regresi memiliki nilai F sebesar 13.423 dengan tingkat signifikansi 0,000. Berdasarkan analisis tersebut, maka koefisien regresi diterima karena tingkat signifikansi dalam tabel lebih kecil dari 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yaitu manajemen laba dan ketiga variabel kontrol (ROA, *size* dan *leverage*) memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Uji hipotesis ketiga adalah dengan menggunakan uji statistik t. Menurut Imam Ghozali (2016) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05. Jika nilai signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima. Ini berarti secara parsial variabel independen mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan Tabel 4.6 hasil uji statistik t menunjukkan nilai t sebesar 6.293 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, nilai tersebut kurang dari nilai probabilitas signifikan 5% maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba berpengaruh pada pengungkapan CSR. Nilai koefisien regresi dan nilai t pada hipotesis menunjukkan pengaruh variabel manajemen laba (*Discretionary Accruals*) terhadap pengungkapan CSR memiliki arah positif. Hasil penelitian ini menunjukkan semakin tinggi tingkat manajemen laba pada suatu perusahaan maka akan semakin tinggi pengungkapan CSR pada perusahaan manufaktur. Kesimpulan dari uraian diatas adalah hipotesis diterima berdasarkan hasil penelitian.

Nilai t variabel SIZE menunjukkan nilai sebesar 1.947. Nilai tersebut menunjukkan arah positif dan berada pada tingkat signifikansi 0,053. Dengan demikian, variabel SIZE dinyatakan memiliki pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji statistik t menunjukkan nilai t variabel Leverage (LEV) sebesar -0.497 dan nilai signifikansi sebesar 0.619. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol LEV berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR pada $\alpha = 5\%$.

Hasil uji statistik t menunjukkan nilai t variabel ROA sebesar -0.288 dan nilai signifikansi sebesar 0.774. Hasil tersebut menandakan bahwa variabel kontrol ROA berpengaruh negatif terhadap pengungkapan CSR pada $\alpha = 5\%$.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa variabel pengungkapan CSR dipengaruhi oleh manajemen laba, dimana variabel tersebut berpengaruh positif dengan pengungkapan CSR.

Interpretasi Hasil Uji Hipotesis

Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Hipotesis menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Variabel manajemen laba pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *Discretionary Accruals* dan berdasarkan hasil olah data yang telah dilakukan, didapatkan hasil bahwa hipotesis di terima. Hasil ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Grougiou *et al.* (2014). Grougiou *et al.* (2014) menemukan adanya pengaruh positif dan signifikan manajemen laba terhadap pengungkapan CSR.

Hasil uji ini juga sejalan dengan teori legitimasi yang mengemukakan bahwa pengungkapan sukarela dilakukan sebagai sarana bagi suatu organisasi untuk melegitimasi keberadaan dan kegiatan dari organisasi tersebut (Lindblom, 1994 dalam Muttakin *et al.*, 2015). Operasi ekonomi suatu entitas dikatakan sukses, bergantung pada kemampuan manajer untuk menanggapi berbagai hal ancaman legitimasi dan tantangan (Suchman, 1995 dalam Grougiou *et al.* 2014). Manajer suatu perusahaan mempunyai informasi yang lebih mengenai perusahaan sehingga memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba terhadap laporan keuangan agar perusahaan dapat melegitimasi keberadaan dan kegiatan melalui pengungkapan CSR pada laporan tahunan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh manajemen laba terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2013-2016. Setelah melalui tahap pengumpulan data, pengolahan data, analisis dan interpretasi hasil pengujian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut.

Manajemen laba berpengaruh positif secara signifikan terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Artinya perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung melakukan pengungkapan CSR yang tinggi. Perusahaan yang melakukan manajemen laba memiliki insentif untuk menutupi manajemen laba dengan membentuk citra yang baik di mata *stakeholder*.

Keterbatasan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian, terdapat beberapa kelemahan dan keterbatasan yang dihadapi peneliti, antara lain:

1. Penelitian ini hanya terbatas pada sampel perusahaan manufaktur di Negara Indonesia selama periode tahun pelaporan keuangan saja.
2. Penelitian ini belum menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Dalam melakukan dan menilai tindak pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada perusahaan terdapat unsur subyektivitas dalam menentukannya karena tidak ada ketentuan baku dalam penentuan standar.

Saran

Berdasarkan keterbatasan penelitian di atas, saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menambah sampel perusahaan dan menggabungkan lebih banyak negara yang diteliti.
2. Peneliti selanjutnya sebaiknya mengikuti perkembangan dan memperbaharui indikator yang dapat digunakan dalam menilai pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen lain yang dapat mempengaruhi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

REFERENSI

- Angraini, F.R.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*. K-AKPM 24. 1-21.
- Andriana, D. (2013). Pengaruh Leverage dan Profitabilitas Terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Pertambangan Yang Terdaftar Dibursa Efek Indonesia. *Jurnal riset akuntansi dan keuangan*. ISSN:2338-1500. 161-173.
- Belkaoui, A., and Karpik, P. G. (1989). Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 2,1. 36-51.
- Castelo, M., and Lima, L., (2006). Corporate Social Responsibility and Resource-based Perspective. *Journal Of Business Ethics*, 69. 111-132.
- 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.
- Dechow, P., Sloan, R., and Sweeney, A.P., (1996). Causes And Consequences Of Earnings Manipulation: An Analysis of Firms Subject to Enforcement Actions by The SEC. *Contemporary Accounting Research*, Vol 13, Issue 1. 1-36.
- Fakhrudin. I.Y., Hasan, M.F., Mursitama,T.N. (2004). *Corporate Social Responsibility (CSR) di Indonesia Teori dan Implementasi*. Jakarta: INDEF.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 edisi 8*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Grasgil-Gil, E., Manzano, M.P., Fernandez, J.H. (2016). Investigating The Relationship Between Corporate Soscial Responsibility And Earnings Management: Evidence From Spain. Elsevier. *Business Research Quarterly* 51. 1-11.
- Grougiou,V., Leventis, S., Dedoulis, E., and Owusu-Ansah, S. (2014). *Corporate Social Responsibility and Earnings Management in U.S. Banks*. *Accounting Forum*. 1-45.
- Gumanti, T.A. (2000). Earnings Management: Suatu Telaah Pustaka. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan*, Vol 2. No. 2. 104-115.
- Healy, P. M., & Wahlen, J. M. (1999). A Review of the Earnings Management Literature and Its Implication For Standart Setting. *Accounting Horizons*, Vol 13. No. 4. 365-383.
- Istianingsih. (2015). Impact of Firm Characteristics on CSR Disclosure : Evidence From Indonesia. *IJABER*, Vol. 13. No. 6. 4265-4281
- Muttakin, M.B., Khan, A., dan Subramaniam, N.A. (2015). Article information: Firm Characteristics, Board Diversity and Corporate Social Responsibility. *Pacific Accounting Review*, Vol. 27. 353-372.
- Mustika, G., Azhar, A., Sari, R.N. (2015). Pengaruh Manajemen Laba Terhadap *Corporate Social Responsibility*: Variabel Anteseden dan Variabel Moderasi. *Jurnal Program Sarjana Universitas Riau*. 238-253.
- Orlitzky, M., Schmidt, F.L., and Rynes, S.L. (2003). Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis. *Organization Studies*, Vol 24, Issue: 3. 403-441.

- Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing, Vol 8*. 1-94.
- Prior, D., Surocca, 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.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings Management Through Real Activities Manipulation. *Journal of Accounting and Economics 42*. 335-370.
- Sembiring, C.L. (2017). Manajemen Laba Terhadap CSR Dengan Komisaris Independen dan Kepemilikan Institusional Sebagai Variabel Pemoderasi. *Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol 02*. 20-41.
- Sembiring, E.R. (2006). Karakteristik Perusahaan Dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial: Studi Empiris Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta. *Jurnal Maksi, Vol 6*. 69-85.
- Susanto, A.B. (2009). Reputasion-Driven *Corporate Social Responsibility* Pendekatan Strategic Management Dalam CSR. Jakarta: Erlangga.
- Sun, N., Salama, A., Hussainey, K., Habash, M. (2010). Corporate Environmental Disclosure, Corporate Governance and Earnings Management. *Managerial Auditing Journal, Vol 25, Issue. 7*. 679-700.
- Vander Bauwhede, H. (2001). Earnings Management in a Non-Anglo Saxon Environment: The Impact of Audit Quality, Public Ownership and Stakeholders. *Catholic University Leuven*. 97-143.
- Widyaningdyah, A.U. (2001). Analisis Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Earnings Management Pada Perusahaan Go Public Di Indonesia. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Vol 3, No 2*. 89-101.
- Yip, E., Staden, C.V., dan Cahan, S. (2011). *Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: The Role of Political Costs. Australasian Accounting Business and Finance Journal, Vol 5, Issue 3*. 17-34.
- Zahra, S.A., Priem, R. L., and Rasheed, A.A. (2005). The Antecedents and Consequences of Top Management Fraud. *Journal Management, Vol 31*. 803-828.