

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

Rani Evadewi
Wahyu Meiranto¹

Jurusan Akuntansi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro

ABSTRACT

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

The population used in this study are manufacturing and mining companies listed on the Indonesia Stock Exchange in 2010-2012. This study uses purposive sampling method for data selection. The total sample used in this study were 170 companies. Data analysis was performed with the classical assumption and hypothesis testing of regression method. The results of this study indicate that the presence of a significant positive relationship between earnings management with CSR Disclosure without political cost for companies in the manufacturing industry. As for companies in the mining industry, found a significant negative relationship between earnings management with CSR Disclosure when the political cost is taken into account. The study also proved that ROA has significant positif effect on earnings management practices at companies in the manufacturing industry in Indonesia. Then, in the mining industry, control variables which are firm size, leverage and ROA have significant positive effect on Earnings Management.

Keywords: Earnings Management, Corporate Social Responsibility (CSR), political cost, firm size

PENDAHULUAN

Laporan keuangan adalah salah satu bentuk pertanggungjawaban manajemen terhadap pemangku kepentingan (*stakeholders*) perusahaan. Tujuan laporan keuangan adalah memberikan informasi mengenai posisi keuangan, kinerja keuangan, dan arus kas entitas yang bermanfaat bagi sebagian besar kalangan pengguna laporan dalam pembuatan keputusan ekonomi.

Earnings Management atau manajemen laba diduga muncul atau dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan (Gumanti, 2000). Sedangkan menurut Schiper (1989) dalam Subramanyam dan Wild (2012), manajemen laba dapat didefinisikan sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi.

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

¹ *Corresponding author*

aspek dalam perusahaan baik demi keuntungan pribadi manajer maupun perusahaan secara keseluruhan.

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

Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* adalah suatu konsep bahwa organisasi memiliki berbagai tanggung jawab terhadap seluruh pemangku kepentingannya yang mencakup aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. CSR berhubungan erat dengan *sustainability* perusahaan atau "pembangunan berkelanjutan", dimana perusahaan tidak hanya mempertimbangkan aspek ekonomi seperti laba namun juga dampak keputusannya terhadap lingkungan dan sosial. Perusahaan, secara etika, harus bertanggung jawab kepada pemegang kepentingan perusahaan. Menurut Chun (2005) dalam Yip, *et al.* (2011), organisasi yang etis akan menunjukkan integritas dengan menjadi jujur, tulus, bertanggung jawab secara sosial, dan dapat dipercaya.

Dalam retorika CSR yang diungkapkan oleh Milton Friedman dalam Ghillyer (2012) mengenai konflik kepentingan yang terjadi ketika suatu perusahaan melakukan aktivitas tanggung jawab sosialnya, sebagai agen, perusahaan harus mementingkan kepentingan investor yang lebih memilih memaksimalkan laba dibanding melakukan kegiatan sosial. Perusahaan harus bisa memanfaatkan aktivitas tanggung jawab sosialnya untuk memaksimalkan laba bukan menggunakan kekayaan *shareholder* untuk kegiatan yang nantinya menjadi sebuah *competitive disadvantage*.

Chih *et al.* (2010) menyatakan ada tiga dimensi pertanggungjawaban sosial perusahaan. Dimensi ekonomi menyajikan empat kriteria : *corporate governance*, manajemen risiko dan krisis, kode etik/ kepatuhan/ korupsi dan suap, dan kriteria industri-khusus. Dimensi lingkungan menyajikan tiga kriteria : kinerja lingkungan (*eco-efficiency*), pelaporan lingkungan, dan kriteria industri-khusus. Sedangkan untuk dimensi sosial, Chih *et al.* (2010), menyebutkan enam kriteria : pengembangan modal manusia, daya tarik bakat dan retensi, indikator praktik perburuhan, *corporate citizenship* (filantropi/ kegiatan amal), pelaporan sosial, dan kriteria industri-khusus.

Dari indikator-indikator yang diungkapkan oleh Chih *et al.* (2010), semakin banyak perusahaan yang menyadari bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan terhadap isu-isu yang ada, saqaassangat penting untuk aspek penilaian keberlanjutan (*sustainability*). Menyediakan pengungkapan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah salah satu cara perusahaan untuk memberitahu *stakeholder* mereka tentang bagaimana mereka bertanggung jawab pada isu-isu ini (Yip, *et al.* 2011). Pengungkapan kegiatan CSR saat ini hampir seluruhnya merupakan *mandatory disclosure*, sejak adanya Undang-Undang yang mengatur mengenai *Corporate Social Responsibility*. Meski telah ditetapkan peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan dan pelaporan CSR, namun peraturan-peraturan tersebut tidak memberikan pedoman khusus mengenai bagaimana dan informasi apa saja yang harus dilaporkan oleh perusahaan mengenai pelaksanaan CSR, sehingga pengungkapan yang memadai terkait dengan kegiatan CSR masih dirasa kurang (Kristi, 2013).

Beberapa penelitian yang telah dilakukan terhadap aktivitas CSR lebih banyak menggunakan indeks CSR yang digunakan beberapa negara di dunia dalam pengungkapan laporan CSR. Munif (2010) dalam Ardian dan Rahardja (2013) menyatakan ada beberapa standar untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan, yang antara lain adalah *Global Reporting Inisiatif* (GRI). GRI ini digunakan oleh beberapa peneliti sebagai ukuran yang menjadi *benchmark* untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dikaitkan dengan variabel-variabel yang mempengaruhinya.

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

menyebabkan manajer memiliki inisiatif merekayasa laba yang dilaporkan untuk memaksimumkan kepentingannya. Dengan asumsi teori keagenan bahwa manajemen akan berperilaku oportunistik, maka manajemen dapat memberikan informasi yang berlebih melalui pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam laporan tahunan perusahaan untuk mengalihkan perhatian para pengguna laporan keuangan pada manajemen laba (*earnings management*) yang mereka lakukan. Hal ini didukung hasil penelitian Prior *et al.* (2008) yang menyatakan bahwa manajemen laba memberikan dampak positif terhadap *corporate social responsibility disclosures*.

Biaya politis (*political cost*) yang menjadi variabel kunci dalam hubungan antara praktik manajemen laba dengan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sudah banyak diteliti sebelumnya. Biasanya biaya politis ini diprosikan dengan ukuran perusahaan. Menurut Yip, *et al.* (2011), dalam teori *political cost*, perusahaan besar akan besar kemungkinan menggunakan metode akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan dan/ atau membuat pengungkapan lain untuk mengurangi biaya politis.

Banyaknya informasi yang diungkapkan dapat mempengaruhi manajemen laba (*earnings management*), dan beberapa faktor lainnya yang memiliki pengaruh kontrol seperti *leverage*, ROA, pertumbuhan penjualan dan ukuran perusahaan. Penelitian ini juga dilakukan karena beberapa alasan. Yang pertama adalah adanya berbagai hasil penelitian yang saling bertolak belakang dan tidak konsisten (*research gap*) dalam hubungan antara pengungkapan CSR dengan *Earnings Management*. Yang kedua, penelitian ini merupakan replika dari penelitian Yip, *et al.* (2011) dengan menggunakan data yang ada di Indonesia pada perusahaan manufaktur dan pertambangan.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Landasan Teori

1. Teori Agensi (*Agency Theory*)

Teori Agensi menyatakan adanya hubungan antara pihak yang memberi wewenang (prinsipal) yaitu *stakeholder*, dan yang menerima wewenang (agen) yaitu manajer. Dalam hal pengungkapan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR), perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial dengan tujuan untuk membangun citra baik bagi perusahaan dan mendapatkan perhatian dari masyarakat. Di sisi lain, perusahaan tidak pernah menginginkan laba tahun berjalannya berada di angka negatif, sehingga praktik *earnings management* menjadi salah satu jalan untuk tetap melaporkan laba yang tinggi saat pengungkapan laporan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

2. Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)

Perusahaan berusaha menjalin hubungan baik dengan masyarakat, salah satunya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan berusaha mempertahankan legitimasinya karena dapat membantu memastikan arus kas masuk modal yang berkelanjutan, tenaga kerja dan pelanggan yang penting untuk viabilitas. Dalam teori legitimasi, Guthrie, *et al.* (2006) mengatakan bahwa organisasi memastikan bahwa mereka beroperasi dalam lingkaran dan norma yang dihormati masyarakat. Semakin banyak perusahaan mengungkap informasi maka semakin tinggi pula legitimasi perusahaan tersebut di mata masyarakat.

3. Teori Stakeholder (*Stakeholder Theory*)

Dengan adanya praktik manajemen laba, *stakeholder* dapat disesatkan dengan informasi yang diungkapkan perusahaan tentang aset, transaksi, maupun posisi keuangan dan berdampak serius pada pemegang saham, kreditur, karyawan, dan masyarakat (Zahra, *et al.*, 2005 dalam Prior, *et al.*, 2008). Ketika *stakeholder* mencurigai adanya manipulasi keuangan, maka citra perusahaan akan menurun. Menurut Arifin, *et al.* (2012) teori *stakeholder* adalah teori yang menyatakan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan. Oleh karena itu, pengungkapan CSR mengharuskan perusahaan untuk bertanggung jawab kepada para *stakeholder* dan melaporkan keberlanjutan pengembangan bisnis mereka.

Perumusan Hipotesis

Pengaruh pengungkapan CSR terhadap *Earnings Management* (perspektif etis)

Menurut teori legitimasi, organisasi yang beroperasi dalam lingkaran dan norma yang dihormati masyarakat akan dipandang lebih oleh *stakeholder*. Teori ini mengungkapkan bahwa

semakin banyak perusahaan mengungkap informasi maka semakin tinggi pula legitimasi perusahaan tersebut di mata masyarakat. Hal ini sesuai dengan perspektif etis dimana perusahaan beroperasi sesuai norma dan etika yang berlaku di lingkungan sekitarnya.

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

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

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

Dalam praktiknya, *earnings management* dapat dilakukan dengan mengurangi biaya politis (*political cost approach*). Menurut teori *Political Cost*, perusahaan yang besar akan lebih sering menggunakan kebijakan akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan (Setyorini dan Ishak, 2012). Biasanya *political cost* diprosikan dengan ukuran perusahaan atau pangsa pasar. Dalam *political cost hypothesis*, manajer mempertimbangkan bahwa mereka berada di bawah tekanan politik dan masyarakat, yang dapat memotivasi mereka untuk mengungkap pelaporan sosial (Setyorini dan Ishak, 2012).

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

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

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. ***Earnings Management*** merupakan perilaku menyimpang (*dysfunctional behaviour*) akibat adanya kecenderungan lebih memperhatikan laba oleh manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan informasi tersebut (Widyaningdyah, 2001). *Earnings Management* diprosikan dengan *discretionary accruals*. Untuk mengestimasi *discretionary accruals*, penelitian ini menggunakan Modifikasi Model Jones (1991) yang meregresi total akrual dari pendapatan (REV) dikurangi piutang usaha (REC), *plant, property, and equipment* (PPE), dan *Return on Assets* (ROA). Berikut langkah-langkah perhitungan model modifikasi model Jones :

a. Menghitung total akrual (TACC) :

$$TACC = NI - CFO$$

Dimana :

TACC = Total Accrual

NI = Net Income (Laba bersih)

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

b. Menentukan koefisien dari regresi Total Akrual (TACC)

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

Dimana :

TACC = Total akrual perusahaan

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

ΔREV	=	perubahan pendapatan perusahaan
ΔREC	=	perubahan piutang bersih (<i>accounts receivable</i>)
PPE	=	<i>Property, Plant, and Equipment</i>
ROA_{it-1}	=	<i>Return on Assets</i> perusahaan pada akhir tahun t-1
e	=	error

c. **Menentukan *Non-Discretionary Accrual* (NDACC)**

Discretionary Accrual dicari dengan mengurangkan *Total Accrual* (TACC) dengan *Non-Discretionary Accrual* (NDACC). Regresi yang dilakukan pada total akrual pada persamaan nomor (2) akan menghasilkan koefisien β_1 , β_2 , β_3 , dan β_4 . Koefisien tersebut kemudian dimasukkan dalam persamaan berikut untuk menentukan *Non-Discretionary Accrual* :

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

Dimana :

NDACC = *Non-Discretionary Accrual* perusahaan

d. **Menentukan *Discretionary Accrual* (DACC) perusahaan**

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

Dimana :

DACC = *Discretionary Accrual* perusahaan

2. **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR Disclosure)** sebagai variabel independen diukur dengan menggunakan CSDI (*Corporate Social Disclosure Index*) versi 3.1 yang dikeluarkan oleh GRI. CSDI versi 3.1 memuat 84 item pengungkapan yang mencakup enam indikator di antaranya; Indikator Kinerja Ekonomi, (ii) Indikator Kinerja Lingkungan, (iii) Indikator Kinerja Tenaga Kerja, (iv) Indikator Kinerja Hak Asasi Manusia, (v) Indikator Kinerja Sosial, dan (vi) Indikator Kinerja Produk. Pemberian skor untuk tiap item pengungkapan menggunakan ukuran variabel dikotomi atau dummy, yang ditandai dengan kode 0 dan 1. Nilai 0 diberikan apabila ada informasi atau item yang tidak diungkapkan. Sedangkan nilai 1 diberikan bila perusahaan mengungkapkan item yang sesuai dengan kategori pada pedoman GRI versi 3.1. Kemudian perhitungan CSDI ini dilakukan dengan membagi jumlah item yang diungkapkan dengan jumlah item keseluruhan.

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

3. **Variabel kontrol** yang digunakan adalah ukuran perusahaan (SIZE), *leverage* (LEV), *Return on Assets* (ROA), dan pertumbuhan penjualan (GROWTH).

- Ukuran perusahaan merupakan proksi dari political cost dan diukur dengan log dari total aset perusahaan.
- Leverage* atau pengungkit keuangan adalah alat untuk mengukur ketergantungan perusahaan terhadap pembiayaan kegiatan operasi perusahaan melalui bantuan kreditur. *Leverage* diukur dengan rasio *leverage* (*debt to equity ratio*), yaitu rasio hutang jangka panjang terhadap ekuitas pemegang saham.
- Return on Assets* adalah proksi dari profitabilitas. ROA dapat dihitung dengan rasio ROA, yaitu dengan membagi laba operasi dengan total aset perusahaan.
- Pertumbuhan Penjualan dikontrol karena perusahaan memiliki insentif untuk mencapai target laba seiring meningkatnya penjualan. Ukuran presentase pertumbuhan penjualan dihitung dengan mengurangi penjualan dari tahun t dengan penjualan dari tahun sebelumnya (t-1).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian ini adalah perusahaan pertambangan dan manufaktur yang telah terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2010-2012. Sampel penelitian yang dapat diambil dengan menggunakan metode *purposive sampling* adalah sebanyak 159 perusahaan dari

industri manufaktur dan 11 perusahaan dari industri pertambangan. Kriteria perusahaan yang akan digunakan sebagai sampel adalah sebagai berikut :

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

Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua pengujian, yakni uji statistik deskriptif dan uji regresi. Uji statistik deskriptif digunakan untuk menyajikan dan menganalisis data disertai perhitungan untuk memperjelas karakteristik data. Statistik deskriptif memberikan gambaran mengenai data melalui rata-rata, standar deviasi, maksimum dan minimum. Uji regresi digunakan untuk pengujian hipotesis dalam penelitian ini. Adapun persamaan regresi untuk seluruh variabel adalah sebagai berikut:

$$EM = \beta_0 + \beta_1 CSR_DISC + \beta_2 LN_SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 ROA + \beta_5 GROWTH + \varepsilon$$

Keterangan :

EM	=	Earnings Management, menggunakan proksi <i>Discretionary Accrual</i> (DACC)
β	=	koefisien regresi
CSR_DISC	=	indeks pengungkapan CSR
LN_SIZE	=	ukuran perusahaan
LEV	=	tingkat <i>leverage</i>
ROA	=	<i>Return on Assets</i>
GROWTH	=	pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya
ε	=	error

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Statistik Deskriptif

Tabel 1 dan Tabel 2 menunjukkan deskripsi variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian. N adalah jumlah pengamatan, *minimum* adalah nilai terkecil dari seluruh pengamatan, *maximum* adalah nilai terbesar dari seluruh pengamatan, *mean* adalah nilai rata-rata seluruh pengamatan yang dihitung dengan membagi seluruh jumlah pengamatan penelitian dengan banyaknya data, *median* adalah nilai tengah dari seluruh pengamatan, dan standar deviasi adalah akar jumlah kuadrat dari selisih nilai data dengan rata-rata dibagi banyaknya data.

Tabel 1
Descriptive Statistics Perusahaan Manufaktur

	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
EM	159	7,62	8,98	8,5308	8,5129	,13398
CSR_DISC	159	,44	,98	,7066	0,7020	,12918
SIZE	159	78,20	53585,90	3410,757	1155,885	6621,706
LEV	159	,03	5,96	,9893	0,9130	,68779
ROA	159	,01	,55	,1557	0,1260	,11373
GROWTH	159	-1,38	3,13	1,0588	1,0050	,37285
Valid N (listwise)	159					

Sumber : data sekunder yang diolah tahun 2014

Berdasarkan Tabel 1, *Earnings Management* memiliki nilai rata-rata 8,5308 dan berada diatas standar deviasinya yaitu 0,13398. Hal ini menunjukkan bahwa variasi data kecil. Nilai rata-rata perusahaan dalam industri manufaktur bernilai positif, yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan sampel diindikasikan melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan laba yang dilaporkan. Nilai mediannya adalah 8,5129. Nilai terendah dari *earnings management* adalah sebesar 7,62 dan nilai tertingginya sebesar 8,98.

Variabel pengungkapan CSR menunjukkan rata-rata sebesar 0,7066 dan berada diatas standar deviasinya, 0,12918, yang menunjukkan variasi data yang kecil. Kemudian nilai mediannya adalah 0,7020. Nilai minimum dari pengungkapan CSR adalah 0,44, dimana perusahaan tersebut hanya mengungkapkan 44% informasi kegiatan CSR atau sebanyak 37 item pengungkapan dari total 84 item. Kemudian nilai maksimumnya sebesar 0,98 atau 98%, dimana hampir semua item pengungkapan dilaporkan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan telah mengungkapkan informasi kegiatan CSR.

Berdasarkan Tabel 4.2 Ukuran perusahaan (SIZE) untuk perusahaan manufaktur memiliki nilai rata – rata sebesar 3.410,7576 milyar dan berada di atas nilai standar deviasi, yaitu sebesar 6621,70681. Hal ini menunjukkan variasi data yang kecil. Nilai mediannya 1.155,8850 milyar, nilai tertinggi untuk ukuran perusahaan sebesar 53.585,90 milyar dan nilai terkecil adalah 78,20 milyar.

Variabel *Leverage* (LEV) memiliki nilai rata – rata sebesar 0,9893 dan berada di atas nilai standar deviasi yaitu sebesar 0,68779. Hal ini menunjukkan variasi data yang kecil. Nilai median dari variabel leverage adalah sebesar 0,9130. Nilai tertinggi untuk rasio *Leverage* sebesar 7,53 dan terendah adalah 0,03. Hal tersebut menggambarkan bahwa jumlah tertinggi perusahaan untuk membiayai aktivitas operasinya dengan hutang adalah sebesar 7,53 dan terendah adalah 0,03 yang berarti perusahaan tersebut tidak terlaui bergantung pada hutang dalam pembiayaan aktivitas operasinya.

Return on assets (ROA) untuk perusahaan manufaktur memiliki nilai rata – rata sebesar 0,1557 dimana setiap sampel perusahaan yang digunakan dalam penelitian rata – rata menghasilkan laba bersih 15,57% dari total aset. Nilai rata-rata variabel ROA berada diatas nilai standar deviasinya, yaitu sebesar 0,11373 yang menunjukkan adanya variasi data yang kecil. Kemudian nilai mediannya adalah sebesar 0,1260. Nilai tertinggi untuk ROA adalah 0,01 dan nilai terendah adalah 0,55.

Dalam Tabel 1 juga dijelaskan mengenai pertumbuhan penjualan (GROWTH) dalam industri manufaktur rata-ratanya adalah sebesar 1,0588 dan berada di atas nilai standar deviasinya yaitu sebesar 0,37285. Hal ini menunjukkan variasi datanya kecil. Nilai mediannya adalah sebesar 0,10050. Nilai maksimum pertumbuhan penjualan adalah sebesar 3,13 dan nilai minimumnya sebesar -6,36.

Tabel 2
Descriptive Statistics Perusahaan Pertambangan

	N	Minimum	Maximum	Mean	Median	Std. Deviation
EM	11	8,43	8,96	8,6179	8,6161	,17107
CSR_DISC	11	,31	,99	,7478	0,9050	,27164
SIZE	11	218,25	68930,24	18494,82	6569,807	22223,826
LEV	11	,41	2,32	,9900	0,8030	,60105
ROA	11	,02	,28	,1416	0,1320	,09187
GROWTH	11	,75	1,08	,9849	1,0010	,07980
Valid N (listwise)	11					

Sumber : data sekunder yang diolah tahun 2014

Earnings Management untuk perusahaan pertambangan pada Tabel 2, nilai rata-rata sebesar 8,6179 yang bernilai positif, sehingga dapat diindikasikan manajemen laba dilakukan

dengan cara meningkatkan laba yang dilaporkan. Nilai rata-ratanya juga berada diatas nilai standar deviasi yaitu sebesar 0,17107. Hal ini menunjukkan variasi data yang kecil. Kemudian nilai mediannya adalah sebesar 8,6161. Nilai terendahnya adalah 8,43 dan nilai tertingginya adalah sebesar 8,96.

Pengungkapan CSR memiliki nilai *mean* sebesar 0,7478 atau sekitar 75% yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan dalam industri pertambangan cukup banyak mengungkapkan informasi tentang kegiatan CSR. Nilai rata-rata berada di atas nilai standar deviasi yaitu sebesar 0,27164 yang menunjukkan variasi data yang kecil. Pengungkapan CSR memiliki nilai median, 0,9050, nilai minimum 0,31, dan nilai maksimum 0,99.

Dari hasil Tabel 2, ukuran perusahaan memiliki rata-rata sebesar 18.494,8286 milyar rupiah, dan berada di atas nilai standar deviasinya yaitu sebesar 22.223,82689 yang menunjukkan variasi data yang kecil. Nilai median sebesar 6.569,8070 milyar, nilai tertingginya sebesar 68.930,24 milyar rupiah dan nilai terendahnya sebesar 218,25 milyar rupiah.

Kemudian untuk variabel *leverage*, dalam industri pertambangan memiliki rata-rata sebesar 0,99 yang menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan memiliki tingkat modal perusahaan melalui hutang yang cukup tinggi. Nilai rata-ratanya berada di atas nilai standar deviasi yaitu 0,60105, yang menunjukkan variasi data kecil. Nilai mediannya sebesar, 0,8030, nilai terendahnya adalah sebesar 0,41 dan nilai tertingginya sebesar 2,32.

Profitabilitas (ROA) untuk perusahaan pertambangan memiliki rata-rata sebesar 0,1416 yang berarti kemampuan perusahaan industri pertambangan dalam mengelola pengembalian aset untuk menciptakan laba adalah sebesar 14,16%. Nilai rata-ratanya berada diatas nilai standar deviasinya yaitu sebesar 0,09187 yang berarti variasi datanya kecil. Nilai mediannya yaitu sebesar 0,1320. Nilai terendahnya adalah sebesar 0,02 dan nilai tertingginya adalah sebesar 0,28.

Pertumbuhan penjualan dalam industri pertambangan pada Tabel 2 menunjukkan nilai rata-rata sebesar 0,9849 dan berada di atas nilai standar deviasi yaitu 0,07980 yang menunjukkan variasi data kecil. Kemudian nilai mediannya yaitu 1,0010. Nilai terendahnya adalah 0,75 atau 75% dan nilai tertingginya adalah 1,08 atau lebih dari 100% pertumbuhan penjualan.

Uji Model

Uji model pada penelitian ini meliputi uji koefisien determinasi dan uji pengaruh simultan (uji F). Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2013). Uji statistik F digunakan untuk melihat apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013).

Nilai *Adjusted R square* untuk industri manufaktur adalah sebesar 0,046. Hal ini menunjukkan bahwa variabel CSR_DISC, SIZE, LEV, ROA, dan GROWTH berpengaruh terhadap variabel terikat EM sebesar 4,6% sedangkan sisanya 95,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian. Kemudian berdasarkan hasil pengujian dari tabel 4.13, nilai *Adjusted R square* untuk industri pertambangan adalah sebesar 0,819 atau sebesar 81,9%. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi ini sudah dapat menggambarkan hubungan variabel independen dan variabel dependen.

Untuk sampel perusahaan dalam industri manufaktur, nilai F hitung adalah sebesar 2,517 dengan nilai probabilitas sebesar 0,032, yang lebih kecil dari 0,05. Untuk perusahaan dalam industri pertambangan pada tabel 4.15, hasil pengujian dari table 4.9, nilai F hitung adalah sebesar 10,053 dengan nilai probabilitas sebesar 0,012, yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dapat menunjukkan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen untuk kedua industri, yaitu manufaktur dan pertambangan.

Pembahasan Hasil Penelitian

Uji statistik menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen (Ghozali, 2013). Uji t dilakukan untuk mendeteksi lebih lanjut manakah diantara masing-masing dari kelima variabel independen yang berpengaruh signifikan terhadap variabel *earnings management* (EM).

Tabel 3
Perusahaan Manufaktur

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8,603	,118		72,910	,000
CSR_DISC	,206	,084	,199	2,449	,015
SIZE	-,064	,055	-,095	-1,148	,253
LEV	-,006	,016	-,030	-,376	,707
ROA	,036	,016	,181	2,276	,024
GROWTH	-,013	,028	-,035	-,449	,654

a. Dependent Variable: EM

Sumber : data sekunder yang diolah tahun 2014

Tabel 4
Perusahaan Pertambangan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	7,943	,319		24,900	,000
CSR_DISC	-,718	,154	-1,140	-4,673	,005
SIZE	,095	,023	1,122	4,161	,009
LEV	,274	,050	,961	5,502	,003
ROA	1,727	,425	,927	4,067	,010
GROWTH	-,121	,315	-,057	-,386	,716

a. Dependent Variable: EM

Sumber : data sekunder yang diolah tahun 2014

Berdasarkan hasil pengujian dari table 3 untuk perusahaan manufaktur, variabel CSR_DISC dan ROA memiliki nilai t hitung dengan nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05. Sedangkan variabel SIZE, LEV, dan GROWTH tidak signifikan terhadap variabel dependen *Earnings Management* (EM) dengan probabilitas di atas 0,05 dan/ atau 0,10. Kemudian untuk perusahaan dalam industri pertambangan dari pengujian pada tabel 4, variabel CSR_DISC, SIZE, LEV, dan ROA memiliki nilai t hitung dengan probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan/ atau 0,10. Kemudian untuk GROWTH memiliki nilai t hitung dengan probabilitas diatas signifikan 0,05 dan/atau 0,10. Hal ini menunjukkan tidak semua variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earnings Management tanpa melihat adanya political cost (perspektif etis)

Nilai uji t untuk variabel pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR_DISC) pada industri manufaktur adalah sebesar 2,449 dengan nilai signifikansi 0,05, yang berada di bawah signifikansi 0,05 atau 5%. Hal ini menunjukkan ada pengaruh positif yang signifikan dari variabel pengungkapan CSR terhadap adanya indikasi praktik *Earnings Management*. Dengan demikian Hipotesis 1 ditolak.

Dengan berdasarkan pada teori legitimasi, dimana perusahaan akan berusaha memperbaiki citra dirinya untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat, perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan informasi kegiatan operasionalnya. Pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan adalah salah satu cara untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Pengungkapan CSR dilihat dari perspektif etis adalah murni untuk meningkatkan citra perusahaan di mata publik. Semakin baik citra perusahaan di mata publik, maka semakin berkurang kemungkinan perusahaan melakukan praktik manajemen laba. Namun pengungkapan CSR, menurut hasil penelitian ini, tidak dilihat sebagai tindakan untuk memperoleh legitimasi *stakeholder* melalui aktivitas sosial perusahaan.

Hasil pengujian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan Yip, *et al.* (2011) yang menggunakan *discretionary accruals*. Yip, *et al.* (2011) menemukan bahwa pengungkapan CSR dan manajemen laba berhubungan positif. Hal ini bertolak belakang dengan perspektif etis. Penelitian yang menggunakan sampel data perusahaan manufaktur di Indonesia membuktikan bahwa pengungkapan CSR dan praktik manajemen laba berhubungan positif. Hal ini menunjukkan semakin banyak pengungkapan yang dilakukan perusahaan justru dapat meningkatkan praktik manajemen laba oleh perusahaan. Oleh karena itu, *earnings management* yang dilakukan perusahaan adalah sebagai penyeimbang dari pengungkapan aktivitas CSR agar laba yang dilaporkan pada *stakeholder* tetap tinggi dan perusahaan mendapatkan kepercayaan *shareholder*.

Selanjutnya variabel kontrol yang berpengaruh signifikan secara positif dengan variabel dependen adalah *Return on Assets (ROA)*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat penciptaan laba melalui aset maka semakin mungkin diindikasikan adanya manajemen laba dengan cara meningkatkan laba yang dilaporkan. Sedangkan variabel lainnya yaitu ukuran perusahaan (*SIZE*), *leverage (LEV)*, dan pertumbuhan penjualan (*GROWTH*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat manajemen laba.

Pengaruh CSR Disclosure terhadap Earnings Management dengan adanya political cost (perspektif political cost)

Hipotesis 2 menyatakan bahwa ada pengaruh yang berbeda antara pengungkapan CSR dan *Earnings Management* ketika ada campur tangan dari *political cost*. Dalam hal ini *political cost* dalam industri pertambangan dinilai cukup tinggi. Nilai uji t pengungkapan CSR (*CSR_DISC*) untuk perusahaan dalam industri pertambangan adalah sebesar -4,673 dengan signifikansi 0,005 yang mengindikasikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif yang signifikan terhadap *Earnings Management* saat *political cost* dinilai tinggi. Dengan demikian Hipotesis 2 diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan Yip, *et al.* (2011) dimana mengatakan bahwa hubungan pengungkapan CSR dan praktik manajemen laba akan menjadi negatif dan signifikan saat biaya politis tinggi.

Menurut Fajarini dan Susanto (2012), semakin besar perusahaan menanggung risiko politis yang besar hal ini berakibat tekanan dari masyarakat semakin besar, perusahaan akan mengeluarkan biaya politis untuk menekan resiko politis yang dihadapi perusahaan. Perusahaan yang memiliki jumlah aktiva yang besar akan lebih diperhatikan oleh masyarakat dan *stakeholder* lainnya. Lebih lanjut, menurut Daniati dan Suhairi (2006) dalam Fajarini dan Susanto (2012), perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibanding perusahaan dengan total asset yang kecil.

Dalam sampel yang diambil di Indonesia, menunjukkan bahwa hubungan antara pengungkapan CSR dan manajemen laba adalah negatif signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR tinggi mengindikasikan adanya praktik manajemen laba rendah pada perusahaan dalam industri pertambangan yang memiliki biaya politis yang cukup tinggi. Menurut teori *stakeholder*, perusahaan dalam industri pertambangan, yang rata-rata memiliki ukuran perusahaan yang besar, menanggung risiko politis yang lebih besar. Untuk itu mereka akan mengurangi praktik manajemen laba agar tidak mengundang penilaian buruk oleh masyarakat karena perusahaan sudah dipandang mampu menghasilkan laba yang stabil tanpa perlu adanya praktik manajemen laba.

Kemudian dalam penelitian ini, ditemukan bahwa variabel kontrol ukuran perusahaan (*SIZE*), *leverage (LEV)*, dan pengembalian aset (*ROA*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat *earnings management (EM)*. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar total aset, pembiayaan aktivitas perusahaan dengan hutang, dan laba yang diciptakan dari aset mempengaruhi praktik manajemen laba. Sedangkan variabel kontrol pertumbuhan penjualan (*GROWTH*) tidak memiliki pengaruh yang signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa besarnya peningkatan pertumbuhan penjualan dari tahun ke tahun tidak mempengaruhi kemungkinan terjadinya praktik manajemen laba.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian statistik dengan menggunakan persamaan regresi, dapat diambil kesimpulan, yaitu bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan dan positif terhadap manajemen laba dalam industri manufaktur dimana tingkat *political cost* rendah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin banyak informasi kegiatan CSR yang diungkapkan perusahaan, maka semakin tinggi tingkat kecenderungan melakukan manajemen laba. Kualitas laba yang semakin buruk karena meningkatnya pengungkapan informasi tanggung jawab sosial perusahaan kepada *stakeholder* membuat perusahaan merekayasa laporan keuangannya. Hubungan positif ini bertolak belakang dengan pandangan etis yang menyebutkan bahwa pengungkapan informasi yang banyak bukan demi menutupi praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan, namun demi menunjukkan citra perusahaan yang baik dan beroperasi sesuai norma kepada masyarakat dan lingkungannya. Sedangkan dalam industri pertambangan dimana biaya politis sangat tinggi, pengungkapan CSR memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa dengan adanya biaya politis yang tinggi, perusahaan tetap akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya dan menurunkan tingkat kecenderungan praktik manajemen laba yang dapat dilakukan perusahaan tersebut. Praktik manajemen laba bukan menjadi hal yang sulit dilakukan dan perlu ditutupi dengan dikeluarkannya banyak pengungkapan sebagai pengalihan. Manajemen laba menjadi hal yang sangat mudah dilakukan terutama ketika manajemen memanipulasi akrual yang sulit dideteksi.

Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa variabel kontrol yang berpengaruh dalam industri manufaktur berbeda dengan industri pertambangan. Dalam industri manufaktur, variabel yang mengontrol hubungan pengungkapan CSR terhadap manajemen laba adalah profitabilitas yang diprosikan oleh ROA. Sedangkan dalam industri pertambangan, variabel yang mengontrol hubungan manajemen laba dengan pengungkapan CSR antara lain ukuran perusahaan, leverage, dan ROA. Hal ini dikarenakan tingkat *political cost* yang berbeda pada kedua industri tersebut dimana industri pertambangan memiliki tingkat *political cost* yang lebih tinggi dibanding industri manufaktur.

Dapat disimpulkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan manufaktur dan pertambangan di Indonesia masih sangat rendah. Sedangkan kedua industri tersebut memiliki resiko biaya politis yang lebih tinggi sehingga memungkinkan terjadinya manajemen laba. Industri manufaktur dan pertambangan juga memiliki risiko untuk melakukan pencemaran lebih tinggi, karena limbah yang dihasilkan dari proses produksi akan sangat berbahaya apabila tidak diolah dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan masih dianggap sebagai kewajiban tertulis saja, bukan sebagai bentuk pertanggung jawaban perusahaan terhadap *stakeholder* termasuk membersihkan citra perusahaan dari kecurigaan tindakan manajemen laba yang mungkin dilakukan.

Penelitian ini pun mempunyai keterbatasan, yaitu diantaranya adalah rendahnya nilai *Adjusted R Square* dalam penelitian ini, yaitu sebesar 4,6% untuk data sampel perusahaan dalam industri manufaktur. Nilai *adjusted R square* yang baik berkisar diangka 50% hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel bebas masih sangat rendah untuk menjelaskan variabel terikat. Keterbatasan lainnya adalah banyaknya perusahaan yang masih belum mengungkapkan *annual report* maupun *sustainability report* tiap tahunnya sehingga sampel yang dapat digunakan dalam penelitian menjadi terbatas. Saran untuk penelitian ke depannya adalah dengan meneliti praktik manajemen laba melalui aktivitas riil serta memperluas populasi penelitian dengan menambahkan perusahaan dalam industri keuangan dan non-keuangan.

REFERENSI

- Ardian, Hary dan Surya Rahardja. 2013. “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kebijakan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan*”. Diponegoro Journal of Accounting Volume 2, Nomor 2, Tahun 2013, Halaman 1-13.
- Arifin, et al. 2012. “*Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility : Pengujian Terhadap Manipulasi Akrual Dan Manipulasi Real*”. Seminar Nasional Akuntansi. sna.akuntansi.unikal.ac.id., diakses 23 September 2013.

- Chih, Hsiang-Lin; Hsiang-Hsuan Chih; dan Tzu-Yin Chen. 2009. "On the Determinants of Corporate Social Responsibility: International Evidence on the Financial Industry". *Journal of Business Ethics* 93:115-135.
- Fajarini SW, Indah dan Agus Susanto. 2012. "Pengaruh Biaya Politis, Leverage, dan Roe terhadap Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial pada Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia". Eco-Entrepreneurship Seminar & Call for Paper "Improving Performance by Improving Environment".
- Friedman, Milton. 2012. "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits". Argosy University : Mc-Graw Hill Higher Education Appendieces.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS IBM SPSS 21- Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gumanti, Tatang Ary. 2000. "Earnings Management : Suatu Telaah Pustaka". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol.2, No.2.
- Guthrie, James; Suresh Cuganesan; dan Leanne Ward. 2006. "Legitimacy Theory: A Story of Reporting Social and Environmental Matters Within The Australian Food and Beverage Industry". The University of Sydney. <http://ssrn.com/abstract=1360518>
- Kristi, Agatha Aprinda. 2013. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Perusahaan Publik di Indonesia*. Malang : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Prior, Diego, et al. 2008. "Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring the Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility". *Journal Compilation* Vol. 16, No.3.
- Purwamitha, Armytha Maharani dan Nur Cahyonowati. 2011. "Hubungan Corporate Social Disclosure and Earnings Management : Studi Empiris berdasarkan Political Cost Hypothesis". eprints.undip.ac.id. Diakses pada 9 Desember 2013.
- Setyorini, Christina Tri dan Zuaini Ishak. 2012. "Corporate Social and Environmental Disclosure: A Positive Accounting Theory View Point". *International Journal of Business and Social Science* Vol. 3 No. 9; May 2012
- Subramanyam, K.R. dan John J. Wild. 2012. *Analisis Laporan Keuangan*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- Terzaghi, Muhammad Titan. 2012. "Pengaruh Earning Management dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia". *Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi* Vol. 2, No.1.
- Widyaningdyah, Agnes Utari. 2001. "Analisis Faktor-Faktor yang Berpengaruh terhadap Earnings Management pada Perusahaan Go Public di Indonesia". *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol.3, No.2.
- Yip, Erica; Van Staden, Chris; and Cahan, Steven, "Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: The Role of Political Costs". *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 5(3), 2011, 17-34.

www.globalreporting.org

www.idx.co.id