

PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* DAN *EARNINGS MANAGEMENT* : MOTIVASI OPORTUNIS ATAU ETIS ?

Rizky Eriandani
Fakultas Ekonomi
Universitas Surabaya

ABSTRACT

This study aims to examine the relationship between CSR disclosure and earnings management. The research was interesting to do because the results of previous studies are varied and specifically using industry differs from previous studies. Based on the above, the purpose of writing a scientific paper is to determine how the relationship between CSR disclosure and earnings management, is positively related to political theory hypothesis according to predictions, or negative according to the CSR literature on corporate ethics. This research uses financial statements data of non-financial company listed in Bursa Efek Indonesia (BEI) from year 2010. Based on method purposive sampling, research sample total is 136 companies from three industrial firms in 2010 (mining, manufacture, and agriculture). Hypothesis in this research are tested by pearson correlation. Result show that CSR disclosure is negatively associated with earnings management. The evidence support the view that the relationship between CSR disclosure and earning managemen is affected by the ethical considerations not by opportunistic motives.

Keywords : CSR disclosure, Earning management, relationship between CSR and earning management, political cost hypoteses.

I. PENDAHULUAN

Aktivitas Corporate Social Responsibility (CSR) saat ini telah menjadi identik dengan usaha perusahaan untuk memenuhi tuntutan para *stakeholder*-nya. Kesadaran publik akan dampak operasional perusahaan berkenaan dengan masalah sosial dan lingkungan semakin besar. Pandangan investor dalam melakukan penanaman modal juga mengalami perubahan. Investor tidak hanya mencari return besar, tetapi juga mencari perusahaan yang bertanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial. Konsep ini dikenal dengan *social responsibility investment* (SRI). Kondisi ini mendorong perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas CSR yang telah dilakukan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan di mata investor (Eriandani, 2010). Di

sisi lain, Perusahaan sadar bahwa keberhasilannya dalam mencapai tujuan bukan hanya dipengaruhi oleh faktor internal melainkan juga komunitas disekelilingnya (Rahman, 2009).

Perusahaan melakukan aktivitas CSR dengan didasari berbagai motivasi yang berbeda (Bronn dan Cohen, 2009). Pertama, *sustainability motives* yang dilihat dari *moral perspective* dan *ethical obligation*, dimana aktivitas CSR dilakukan dengan tujuan kelangsungan hidup perusahaan dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat. Kedua, *legitimacy motives*, dimana CSR dilakukan atas dasar memenuhi norma, nilai, dan ekspektasi masyarakat agar perusahaan memiliki legitimasi dimata masyarakat. Ketiga, *profitability motives*, aktivitas CSR dilakukan untuk memenuhi ekspektasi *stakeholder* dan mempertahankan reputasi sehingga diharapkan perusahaan akan memperoleh *resource* (financial) tambahan.

Di Indonesia, dengan adanya UU No.40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, pelaksanaan aktivitas dan pengungkapan CSR telah bergeser dari *voluntary* ke *mandatory*. Munculnya regulasi pemerintah tersebut merupakan salah satu bentuk tekanan politik yang akan berpengaruh terhadap aktifitas perusahaan. Beberapa penelitian telah meneliti hubungan tekanan politik dan strategi perusahaan dengan menguji *political cost hypothesis* (Cahan et al.,1997; Han dan Wang,1998). Penelitian-penelitian tersebut telah menguji *discretionary accrual* yang dilakukan perusahaan untuk memanipulasi earnings pada periode adanya tekanan politik. Salah satu cara untuk mengurangi dampak tekanan politik adalah dengan aktivitas CSR. Castelo dan Lima (2006, dalam Prior et al.,2008) menjelaskan bahwa melakukan praktek CSR, perusahaan dapat menghasilkan lebih banyak perlakuan yang lebih menguntungkan berkenaan dengan regulasi, serta mendapatkan dukungan dari kelompok aktivis sosial, legitimasi dari komunitas industri, dan pemberitaan positif dari media, yang pada akhirnya reputasi perusahaan tetap terjaga dengan baik.

Hubungan pengungkapan CSR dan earning management dapat dijelaskan dengan dua perspektif. Pertama, berdasarkan literatur etika, seharusnya perusahaan yang bertanggung jawab sosial dan melakukan pengungkapan CSR merupakan perusahaan yang beretika, akan cenderung tidak melakukan earning management. Kedua, berdasarkan perspektif *political cost*, hubungan pengungkapan CSR dan earning management akan bervariasi tergantung dari kondisi lingkungan politik perusahaan. Belkaoui (2004) menemukan tingkat CSR berhubungan positif dengan *discretionary accrual* (proksi dari *earning management*). Hasil penelitian tersebut adalah bahwa tanggung jawab sosial perusahaan memperkuat tekanan relevansi laba dalam menjelaskan return saham dan pada saat yang sama memotivasi manajer untuk lebih agresif dalam penggunaan *discretionary accrual*. Yip et al. (2011) meneliti dua sektor industri yang berbeda, pada industri minyak dan gas - pengungkapan CSR dan earning management berhubungan negatif, sedangkan pada industri makanan berhubungan positif. Penelitian Nansun et al. (2010) tidak berhasil membuktikan terdapat hubungan antara pengungkapan corporate environmental disclosure dan earning management.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara pengungkapan CSR dan *earning management*. Penelitian ini menarik untuk dilakukan karena hasil penelitian sebelumnya masih bervariasi dan secara spesifik menggunakan industri yang berbeda dari penelitian sebelumnya, yaitu *mining, agriculture, dan manufacture*. Berdasarkan uraian di atas, maka tujuan penulisan karya ilmiah ini adalah untuk mengetahui **bagaimana hubungan antara pengungkapan CSR dan *earning management*, apakah berhubungan positif sesuai prediksi teori *political hypotesis*, atau negatif sesuai dengan literatur CSR mengenai etika perusahaan.**

II. TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

Definisi dan Manfaat CSR

World Bank Group (dalam Kiroyan, 2006) mendefinisikan *corporate social responsibility* sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerjasama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas hidup, dengan cara-cara yang bermanfaat baik bagi bisnis itu sendiri, maupun untuk pembangunan.

Peningkatan kualitas kehidupan mempunyai arti adanya kemampuan manusia sebagai individu anggota masyarakat untuk dapat menanggapi keadaan sosial yang ada, dan dapat menikmati serta memanfaatkan lingkungan hidup termasuk perubahan-perubahan yang ada sekaligus memelihara (Budimanta, Prasetijo, dan Rudito, 2004:73), sehingga dapat dikatakan bahwa CSR bukan hanya kegiatan yang sifatnya jangka pendek (seperti donasi), tetapi termasuk juga isu-isu mengenai tenaga kerja, lingkungan hidup, produk untuk *customer*, dan sosial masyarakat

Perusahaan melakukan aktivitas CSR dengan alasan tertentu. Beberapa manfaat yang didapatkan perusahaan ketika melakukan CSR adalah (*corporate watch report*, 2006) reputasi manajemen, *employee satisfaction*, *investor relations and access to capital*, dan efisiensi operasional. CSR merupakan strategi yang penting untuk membangun reputasi perusahaan, berdasarkan survei pada konsumen yang mengatakan bahwa konsumen akan memiliki *image* yang positif pada perusahaan yang peduli pada lingkungan dan sosial. Konsumen pada tahun 1980-an lebih cenderung berusaha mendapatkan barang yang berkualitas tinggi dan dengan harga murah, sekarang konsumen lebih mementingkan jasa atau layanan penjualan (Budimanta dkk., 2004). Karyawan merupakan komponen penting perusahaan, kemampuan karyawan akan mendorong profitabilitas, sehingga perusahaan akan memperhatikan dan meningkatkan kualitas

karyawannya. Dalam hubungannya dengan investor, kebanyakan investor akan menilai perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial lebih aman dalam melakukan investasi.

Konsep Earnings Management

Scott (2006) mendefinisikan earnings management sebagai pilihan kebijakan akuntansi oleh manajer sehingga dapat mencapai beberapa tujuan yang spesifik. Menggunakan pendekatan teori keagenan (agency theory) yang menyatakan bahwa praktek earning management dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (agent) dan pemilik (principal) yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya, sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara principal dan agent. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan agent memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal. Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara principal dan agent mendorong agent untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada principal, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja agent. Salah satu bentuk tindakan agent tersebut adalah yang disebut sebagai *earning management*.

Menurut Scott (2006: 369-383), terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan *earning management*. **Bonus Purpose**, dimana perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, manajer perusahaan akan lebih memilih metode akuntansi yang dapat menggeser laba dari masa depan ke masa kini, sehingga dapat menaikkan laba saat ini. **debt covenant**, Semakin dekat suatu perusahaan dengan waktu pelanggaran perjanjian utang, maka para manajer akan cenderung memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan. **Political motivation**, Beberapa perusahaan secara politik cukup

dipandang banyak mendapatkan perhatian publik Oleh karena itu, untuk menghindari sorotan, mereka berusaha untuk mengelola *earning*-nya. **Taxation motivation**, badan usaha cenderung melakukan *earning management* untuk mengurangi laba atau meratakan laba dengan tujuan meminimalkan pajak.

Hubungan CSR dan EM

Ethical theories menyatakan bahwa perusahaan harus melaksanakan CSR sebagai kewajiban etis (Carrol,1979; Jones, 1995). Teori tersebut didasarkan atas prinsip "the right thing to do", mesyaratkan bahwa perusahaan yang melakukan CSR memberikan perhatian sepenuhnya pada *stakeholder* dengan prinsip moral sebagai pedoman. Hal tersebut berarti perusahaan seharusnya memiliki insetif untuk berlaku secara jujur, dapat dipercaya, dan beretika dalam operasionalnya dan tidak atau sedikit melakukan *earnings management* (Kim et al., 2011).

CSR dapat memberikan sinyal positif mengenai reputasi perusahaan (Fombrun dan Shanley, 1990). Penelitian sebelumnya memandang bahwa aktivitas CSR sebagai sesuatu yang membentuk reputasi (Verschoor, 2005). Jika nilai perusahaan didasarkan atas reputasi, maka keinginan untuk menjaga reputasi tersebut akan mencegah perusahaan dan managernya dari aktivitas sosial yang tidak dapat diterima. Manager akan menggunakan CSR untuk meningkatkan reputasinya dan membatasi perilaku *earnings management* untuk mengurangi kemungkinan rusaknya reputasi perusahaan. Selain itu, jika manager melakukan CSR dalam konteks moral dan etika, kemungkinan mereka tidak atau mengurangi tindakan *earnings management* dan melakukan kegiatan operasional secara bertanggung jawab dan menjaga transparansi pelaporan keuangan. Berdasarkan pemikiran diatas, hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah :

H₁ : Pengungkapan Corporate Social Responsibility berhubungan negatif dengan *earnings management*

Beberapa penelitian lainnya mendasarkan motivasi oportunistis dalam pengujian hubungan pengungkapan CSR dan *Earnings management*. Manager melakukan CSR dengan lebih didasari untuk keuntungan pribadi dibandingkan untuk kepentingan perusahaan dan *stakeholdernya* (Jensen dan Meckling, 1976). Chih et al.(2007) membuktikan bahwa CSR berhubungan positif dengan *earnings management*, yang di proksi dengan *earnings aggressiveness*. Berdasarkan *political cost hypothesis*, Yip et al. (2011) menemukan hubungan positif antara CSR dan *earnings management* pada industri makanan, karena industri tersebut tidak menerima tekanan politik. Sebaliknya, Prior dan Tribo (2008) membuktikan bahwa pada *regulated industry*, hubungan CSR dan *earnings management* akan semakin kuat. Untuk menghindari dampak negatif tindakan pemerintah serta *political cost* yang potensial muncul atas regulasi pemerintah mengenai CSR, perusahaan melakukan praktek *Earnings Management*. Berdasarkan motivasi oportunistis (Hemingway dan MacLagan, 2004) mengatakan bahwa perusahaan yang melakukan CSR bertujuan untuk menutupi dampak dari pelanggaran operasional yang dilakukan. Motivasi ini mengindikasikan aktivitas CSR dilakukan untuk memberikan kesan bahwa perusahaan beroperasi dengan transparan. Walaupun sebenarnya aktivitas tersebut dilakukan untuk menyembunyikan tindakan *earnings management*.

H₂ : Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berhubungan positif dengan *earnings management*

III. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan manufaktur, agriculture, dan pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia pada tahun 2010. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan tujuan untuk mendapatkan

sampel yang *representative* sesuai dengan kriteria yang di tentukan. Adapun kriteria sampel yang akan digunakan yaitu:

1. Perusahaan manufaktur, agriculture, dan pertambangan yang terdaftar di Bursa efek Indonesia pada tahun 2010.
2. Perusahaan – perusahaan tersebut menerbitkan laporan keuangan dan laporan tahunan (annual report)

Alasan memilih populasi tersebut adalah karena aktivitas operasional perusahaan yang ada dalam industri manufaktur, pertambangan, dan agriculture memiliki dampak langsung terhadap lingkungan, pengguna sumberdaya alam yang sangat tinggi. Dari populasi sebanyak 168 perusahaan, setelah diseleksi sesuai kriteria didapatkan sampel sebanyak 136 perusahaan.

3.2. Pengukuran Variabel

Discretionary accrual

Penelitian ini menggunakan *discretionary accrual* sebagai proksi dari earning management. Nilai *discretionary accrual* diestimasi dengan menggunakan model Jones (1991). Model Jones meregresi total akrual dari perubahan sales, dan plant, property and equipment (PPE). Mengikuti penelitian Yip et al. (2011), Penelitian ini juga memasukkan variable ROA dalam model regresi.

$$TA = \beta_0 + \beta_1 \Delta SALES + \beta_2 PPE + \beta_3 ROA + \varepsilon \dots\dots\dots(1)$$

TA = Total akrual yang dihitung Net income dikurangi aliran kas dari operasional dibagi dengan total asset.

$\Delta SALES$ = penjualan t dikurangi penjualan t-1 dibagi total asset

PPE = plant, property, dan equipment dibagi total aset

ROA = Total laba operasional dibagi total aset

Penelitian ini meregresikan total akrual, perubahan sales, PPE, dan ROA dari semua sampel perusahaan untuk mendapatkan nilai koefisien dari β_0 , β_1 , β_2 , dan β_3 . Kemudian dari masing-masing perusahaan akan dihitung nilai absolute dari *discretionary accrual*.

Pengungkapan CSR

CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah suatu tindakan atau konsep yang dilakukan oleh perusahaan (sesuai kemampuan perusahaan tersebut) sebagai bentuk tanggungjawab mereka terhadap sosial/lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berada. CSRI dihitung dengan Persamaan sebagai berikut (Sembiring, 2007) :

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j : *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

n_j : jumlah *item* untuk perusahaan j, n_j ≤ 78

X_{ij} : *dummy variable*: 1 = jika *item* i diungkapkan; 0 = jika *item* i tidak diungkapkan

3.3. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis 1 dan hipotesis 2 menggunakan teknik *person correlation* (pengujian asosiasi), karena penelitian ini ingin mengetahui bagaimana hubungan antara Pengungkapan CSR dan earning management, apakah negatif atau positif.

Model penelitian adalah sebagai berikut:

$$DA = \beta_0 + \beta_1 CSRI + \beta_2 LnSize + \beta_3 DER + \beta_4 ROA + \beta_5 GROWTH + \varepsilon \dots\dots\dots(2)$$

DA = *discretionar accrual* (*earning management*)

CSRI = luas ungkapan CSR

LnSize = natural log of total asset

DER = hutang jangka panjang dibagi total asset

ROA = Total laba operasional dibagi total aset

Growth = penjualan t dikurangi penjualan t-1 dibagi total asset

Penelitian ini memasukkan beberapa variabel dalam model. variabel *size* dalam model karena berhubungan dengan *political cost*, variabel *debt to equity* (DER) karena penelitian sebelumnya mengindikasikan manager memanipulasi laba untuk menghindari pelanggaran kontrak utang, variabel ROA dan *growth* karena perusahaan berkembang memiliki insentif untuk memenuhi target laba.

IV. HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

Statistik deskriptif

Tabel 1 menggambarkan kondisi secara umum dari industri *manufactuer*, *mining*, dan *agriculture*. Tabel 2 menggambarkan kondisi industri *manufacture*, dan tabel 3 menggambarkan kondisi industri *mining* dan *agriculture*. Pengungkapan CSR pada industri *mining* dan *agriculture* lebih besar dibanding industri *manufacture*. Pada industri *mining* dan *agriculture*, pengungkapan CSR tertinggi dilakukan oleh Berau Coal Energy (BRAU) 61,5% dan terendah oleh PT Bumi Teknokultura Unggul Tbk (BTEK) 17,95%. Sedangkan pada industri manufaktur pengungkapan CSR tertinggi hanya sebesar 51,28% yang dilakukan oleh PT Goodyear Indonesia Tbk, dan terendah 7,7% yang dilakukan oleh PT Multi Prima Sejahtera Tbk. Untuk variabel *size*, kedua kelompok industri tidak berbeda jauh. Sedangkan untuk variabel *Debt to equity ratio* (DER), standar deviasi-nya cukup besar. Pada industri manufaktur nilai DER lebih bervariasi dibanding industri *mining* dan *agriculture*.

Pengujian hipotesis

Hasil pengujian *pearson correlation*, diperoleh nilai signifikansi α sebesar 0.004. Nilai signifikansi pengujian hipotesis ternyata lebih kecil dibandingkan nilai taraf signifikansi 0,01 atau 1%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa **H1 diterima dan H2 ditolak**, sehingga hipotesis 1 menyatakan ada hubungan yang signifikan antara pengungkapan CSR dan *earnings management*.

Artinya, semakin banyak pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan, akan semakin rendah *earnings management* yang dilakukan.

Hal ini dapat dijelaskan dengan teori etis. Berdasarkan teori *ethics*, perusahaan yang telah melaksanakan CSR berarti telah menjalankan operasionalnya secara benar dan cenderung tidak melakukan *earnings management*. Perusahaan yang melaksanakan CSR akan berperilaku sepantasnya untuk membatasi *earnings management*, sehingga memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan untuk investor dibandingkan dengan perusahaan yang sedikit melakukan aktivitas CSR. Hasil ini sama dengan yang dikatakan Atkins (2006), bahwa perusahaan yang telah menerbitkan laporan CSR untuk berkomunikasi dengan *stakeholder*, berarti mereka benar-benar bertanggung jawab sosial, khususnya dalam transparansi pelaporan keuangan. Perusahaan yang benar-benar bertanggung jawab sosial dalam mengeluarkan sumber daya untuk aktivitas CSR, akan berusaha memenuhi ekspektasi *stakeholder* untuk membatasi tindakan *earnings management*, sehingga akan memberikan laporan yang transparan. Penjelasan lainnya adalah karena salah satu alasan perusahaan melakukan CSR adalah untuk menjaga reputasi. Jika nilai perusahaan didasarkan atas reputasi, maka keinginan untuk menjaga reputasi tersebut akan mencegah perusahaan dan managernya dari aktivitas sosial yang tidak dapat diterima. Manager akan menggunakan CSR untuk meningkatkan reputasinya dan membatasi perilaku *earnings management* untuk mengurangi kemungkinan rusaknya reputasi perusahaan.

Hubungan antar variabel control yang lain sesuai dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Pengungkapan CSR berhubungan positif dengan ukuran perusahaan. Perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti, pengungkapan yang lebih besar merupakan pengurangan biaya politis sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan. Pertumbuhan perusahaan (GROWTH) berhubungan positif dengan kinerja perusahaan (ROA), karena perusahaan

yang tumbuh akan cenderung memiliki kinerja yang baik pula. Hubungan antara kinerja perusahaan dan ukuran perusahaan juga menunjukkan hasil yang positif, yang artinya semakin besar ukuran perusahaan maka kinerja perusahaan juga tinggi.

Kemudian, penelitian ini memisahkan sampel menjadi dua kelompok industri, kemudian membandingkan hubungan pengungkapan CSR dan *earnings management* dari masing-masing kelompok tersebut. Pada industri manufaktur, hasil pengujian *pearson correlation*, diperoleh nilai signifikansi α sebesar 0.008. Nilai signifikansi pengujian hipotesis ternyata lebih kecil dibandingkan nilai taraf signifikansi 0,01 atau 1%. Sedangkan pada industri *mining dan agriculture*, hasil pengujian *pearson correlation*, diperoleh nilai signifikansi α sebesar 0.889. Nilai tersebut jauh lebih besar dibandingkan nilai taraf signifikansi 0,01 ataupun 0.05.

Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dalam industri manufaktur melakukan aktivitas CSR dengan didasari perilaku etis, atau bertujuan menjaga reputasi perusahaan. Sedangkan pada industri *mining dan agriculture* tidak ditemukan ada hubungan antara pengungkapan CSR dengan *Earnings management*. walaupun pengungkapan CSR pada industri ini cukup besar tetapi tidak terlihat kaitannya dengan *earnings management*. Artinya, pengungkapan CSR tidak disebabkan adanya tindakan *earnings management* oleh perusahaan – yaitu untuk menutupi kondisi yang sebenarnya, atau sebaliknya tindakan *earnings management* tidak dipengaruhi oleh rendahnya etika perusahaan – dimana etika diproksi dengan pengungkapan CSR.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berhubungan negatif dengan *earnings management*. Perusahaan yang telah melaksanakan CSR berarti telah menjalankan operasionalnya secara benar dan cenderung tidak melakukan *earnings management*.

Perusahaan yang melaksanakan CSR akan berperilaku sepantasnya untuk membatasi *earnings management*, sehingga memberikan informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan untuk investor dibandingkan dengan perusahaan yang sedikit melakukan aktivitas CSR. Tetapi pada saat sampel penelitian dipisahkan menjadi dua kelompok, hasil penelitian menjadi berbeda. Pada industri manufaktur pengungkapan CSR berhubungan positif dengan *earnings management*, sedangkan pada industri *mining* dan *agriculture* tidak ditemukan hubungan antara pengungkapan CSR dan *earnings management*.

Implikasi dari hasil penelitian sesuai dengan penelitian Yip et al. (2011) bahwa hubungan pengungkapan CSR dan *earnings management* selain dipengaruhi oleh motivasi etis atau oportunistis, juga dipengaruhi oleh faktor-faktor lain – seperti kondisi spesifik suatu industri.

Keterbatasan penelitian ini antara lain : (1) tidak membedakan tipe *earnings management* yang dilakukan – termasuk perataan laba, memaksimalkan laba, atau meminimalkan laba. (2) hanya mengambil sampel industri yang sensitif terhadap isu sosial. (3) hanya melakukan uji hubungan karena masih sedikitnya publikasi jurnal di Indonesia dengan topik yang sama. Atas dasar keterbatasan tersebut di atas, maka penelitian mendatang dapat membedakan tindakan *earnings management*, dan menggunakan semua industry sebagai perbandingan.

VI. DAFTAR PUSTAKA

- Atkins, B. 2006. Is corporate social responsibility responsible? (november 28), Forbes.com
- Bronn, C., and Cohen D. 2009. Corporate Motives for Social Initiative: Legitimacy, Sustainability, or the Bottom Line?. *Journal of Business Ethics* 87:91–109.
- Budimanta et al., 2004. “*Corporate social responsibility : Jawaban bagi model pembangunan indonesia masa kini*”. Indonesia Center for Sustainable Developmenr. Hal 67-85.
- Cahan, S F., Chavis, B M., & Elmendorf, R E, 1997. Earnings management of chemical firms in response to political costs from environmental legislation. *Journal of accounting, Auditing, and Finance*, vol.12, no.1, 37-65.
- Carroll, A. 1979. A three-dimentional conceptual model of corporate performance. *The academy of management review* 4 (4) : 497 – 505.
- Chih, H., Shen, C., & Kang, F. 2008. corporate social responsibility, investor protection and earning management : some international evidence. *Journal of business ethics*, 79 (April), 179-198.
- Corporate Watch Report. 2006. “*Whats wrong with corporate social responsibility?*”. www.corporatewatch.org.
- Eriandani, Rizky. 2010. Pengaruh Corporate social Responsibility terhadap Earning Response Coefficient pada industri High Profile. *Jurnal Akuntansi*.....
- Fombrun, C., and M. Shanley. 1990. What`s in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of management journal* 33 (2) : 233 – 258.
- Han, J., Wang S. 1998. Political cost and earnings management of oil companies during the 1990 persian gulf crisis. *The accounting review*, 73 : 103-118.
- Hemingway, C., and P. Maclagan. 2004. Managers personal values as drivers of corporate social responsibility. *Journal of business ethics* 50 (1) : 33-34.
- Hong, Y., Margaret L., Andersen. 2011. the relationship between corporate social responsibility and earnings management : An exploratory study. *Journal of Bussiness ethics*, Vol. 104, 461-471.
- Jensen, M., and W. Meckling. 1976. Theory of the firm : managerial behavior, agency cost and capital structure. *Journal of financial economics* 3 (4) : 305-360.

- Kim, Yongtae, Myung S., Benson W. 2011. Is earnings quality associated with corporate social responsibility. *The accounting review*, Forthcoming.
- Kiroyan, Noke. 2006. "Good Corporate Governance (GCG) dan Corporate Social Responsibility (CSR) Adakah Kaitan di Antara Keduanya?". *Economicss Business Accounting Review*, Edisi III, September-Desember 2006. Hal 45-58.
- Prior, Diego, Jordi S., & Josep 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.
- Rahmania. 2006. "Pengaruh pertumbuhan laba dan praktik perataan laba terhadap koefisien respon laba (studi pada perusahaan-perusahaan non-keuangan dalam kelompok LQ-45 periode krisis moneter dan pasca krisis moneter)". Thesis. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Riahi-Belkaoui, Ahmed R. 2004. The impact of corporate social responsibility on the informativeness of earnings and accounting choices. *Advance in environmental Accounting and Management*, Vol.2, 121-136.
- Scott, William r. 2006. *Financial Accounting Theory*. Fourth edition. Canada. Pearson, Prentice Hall.
- Sembiring, Eddy Rismanda. 2005. Karakteristik perusahaan dan pengungkapan tanggung jawab sosial : studi empiris pada perusahaan yang tercatat di bursa efek jakarta. *Simposium Nasional Akuntansi VIII*. 15-16 September 2005, Solo.
- Sun, Nan, Salama A., Hussainey K., Habbash M. 2010. corporate environmental disclosure, corporate governance and earnings management. *Forthcoming managerial auditing journal*.
- Verschoor, C. 2005. Is there financial value in coporate value?. *Strategic finance* 87 (1) : 17-18.
- Yip, Erica, Chris V., & Steven C. 2011. corporate social responsibility reporting and earning management : the role of political costs. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, vol.5, 17-34.

LAMPIRAN

Tabel 1
Statistic deskriptif (semua sample)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DA	136	-.53100	.52600	.0000221	.10275440
GROWTH	136	-.62392	1.04422	.1349528	.24174592
ROA	136	-.42047	.61852	.0772964	.12299224
DER	136	-10.34068	55.16349	1.5319449	5.26206568
SIZE	136	17.16119	25.44939	21.0891010	1.63120107
CSRI	136	.07692	.61538	.3220211	.12608946
Valid N (listwise)	136				

Tabel 2
Statistic deskriptif (manufacture)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DA	98	-.80533	.22577	-.2696564	.11409905
CSRI	98	.07692	.51282	.2759027	.09760739
GROWTH	98	-.62392	1.04422	.1489009	.26025787
SIZE	98	17.16119	25.44939	20.8011668	1.53346618
DER	98	-10.34068	55.16349	1.7511301	6.17238337
ROA	98	-.42047	.61852	.0778815	.13315343
Valid N (listwise)	98				

Tabel 3
Statistic deskriptif (mining & agriculture)

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DA	38	-.11800	.15400	-.0000263	.05684711
CSRI	38	.17949	.61538	.4409582	.11344483
GROWTH	38	-.19965	.86182	.0989813	.18388433
SIZE	38	18.19505	25.09119	21.8316682	1.66063129
DER	38	.00443	3.52421	.9666776	.83299186
ROA	38	-.17460	.23743	.0757874	.09332353
Valid N (listwise)	38				

Tabel 4
Korelasi pearson (gabungan)

		DA	GROWTH	ROA	DER	SIZE	CSRI
DA	Pearson Correlation	1	.000	.000	-.094	-.078	-.243**
	Sig. (2-tailed)		1.000	.997	.278	.366	.004
	N	136	136	136	136	136	136
GROWTH	Pearson Correlation	.000	1	.176*	-.092	-.009	-.093
	Sig. (2-tailed)	1.000		.040	.286	.916	.283
	N	136	136	136	136	136	136
ROA	Pearson Correlation	.000	.176*	1	-.142	.276**	.070
	Sig. (2-tailed)	.997	.040		.099	.001	.417
	N	136	136	136	136	136	136
DER	Pearson Correlation	-.094	-.092	-.142	1	.061	-.003
	Sig. (2-tailed)	.278	.286	.099		.481	.974
	N	136	136	136	136	136	136
SIZE	Pearson Correlation	-.078	-.009	.276**	.061	1	.511**
	Sig. (2-tailed)	.366	.916	.001	.481		.000
	N	136	136	136	136	136	136
CSRI	Pearson Correlation	-.243**	-.093	.070	-.003	.511**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.283	.417	.974	.000	
	N	136	136	136	136	136	136

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 5
Korelasi pearson (manufaktur)

		Correlations					
		DA	CSRI	SIZE	GROWTH	DER	ROA
DA	Pearson Correlation	1	-.265**	-.086	.000	-.104	.000
	Sig. (2-tailed)		.008	.399	1.000	.310	1.000
	N	98	98	98	98	98	98
CSRI	Pearson Correlation	-.265**	1	.367**	.009	.046	.049
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.931	.653	.634
	N	98	98	98	98	98	98
SIZE	Pearson Correlation	-.086	.367**	1	.053	.092	.286**
	Sig. (2-tailed)	.399	.000		.603	.368	.004
	N	98	98	98	98	98	98
GROWTH	Pearson Correlation	.000	.009	.053	1	-.105	.217*
	Sig. (2-tailed)	1.000	.931	.603		.302	.032
	N	98	98	98	98	98	98
DER	Pearson Correlation	-.104	.046	.092	-.105	1	-.146
	Sig. (2-tailed)	.310	.653	.368	.302		.152
	N	98	98	98	98	98	98
ROA	Pearson Correlation	.000	.049	.286**	.217*	-.146	1
	Sig. (2-tailed)	1.000	.634	.004	.032	.152	
	N	98	98	98	98	98	98

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Tabel 6
Korelasi pearson (mining dan agriculture)

		Correlations					
		DA	CSRI	GROWTH	DER	SIZE	ROA
DA	Pearson Correlation	1	-.023	.000	-.003	.131	.000
	Sig. (2-tailed)		.889	.998	.988	.434	.998
	N	38	38	38	38	38	38
CSRI	Pearson Correlation	-.023	1	-.230	.173	.602**	.242
	Sig. (2-tailed)	.889		.164	.300	.000	.143
	N	38	38	38	38	38	38
GROWTH	Pearson Correlation	.000	-.230	1	-.084	-.100	-.039
	Sig. (2-tailed)	.998	.164		.617	.549	.817
	N	38	38	38	38	38	38
DER	Pearson Correlation	-.003	.173	-.084	1	.164	-.289
	Sig. (2-tailed)	.988	.300	.617		.325	.078
	N	38	38	38	38	38	38
SIZE	Pearson Correlation	.131	.602**	-.100	.164	1	.325*
	Sig. (2-tailed)	.434	.000	.549	.325		.046
	N	38	38	38	38	38	38
ROA	Pearson Correlation	.000	.242	-.039	-.289	.325*	1
	Sig. (2-tailed)	.998	.143	.817	.078	.046	
	N	38	38	38	38	38	38

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).