

PENGARUH CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY DALAM PERSPEKTIF LINGKUNGAN TERHADAP MANAJEMEN LABA (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2012-2013)

Reza Hanung Pradipta, P. Basuki Hadiprajitno¹

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

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of corporate social responsibility (CSR) in environmental perspective to earnings management. The purpose of this study is to provide empirically evidence about the effect of CSR in environmental perspective to earnings management. The independent variable of this study is CSR, the dependent variable is earnings management, and control variables are natural logarithm of firm size, leverage and profitability measured by return on asset (ROA). CSR measured by CSR disclosure with GRI G3.1, environmental disclosure as the indicator. Firm size measured by using natural logarithm of total assets. Leverage measured by comparing total debt with total assets. Profitability measured by using return on assets (ROA). ROA measured by comparing total net profit with total assets. Earnings management measured by discretionary accruals (DA).

The population in this study are 298 manufacturing companies which listed on Indonesian Stock Exchange in the period of 2012-2013. Sample were selected by purposive sampling method and finally obtained 146 manufacturing companies that fulfill the criteria. Data were analyzed using multiple regression analysis model.

The result show that CSR significant positively influence earnings management. Based on the result, it conclude that earnings management decision is influenced by its attitude about CSR.

Keywords : *corporate social responsibility (CSR), earnings management, discretionary accruals, firm size, leverage, profitability.*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial lingkungan/*corporate social responsibility* (CSR) merupakan suatu hal yang menjadi pusat perhatian pada masa modern ini terutama bagi partisipan pasar, publik, media, dan regulator (Social Investment Forum, 2012). CSR ini sendiri merujuk kepada hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* termasuk didalamnya adalah pelanggan atau *customers*, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, *supplier* bahkan juga kompetitor. Global Compact Initiative menyebut pemahaman ini dengan 3P (Profit, People, Planet), yaitu tujuan bisnis tidak hanya mencari laba (profit) melainkan dengan mengutamakan kesejahteraan masyarakat dan keberlangsungan kehidupan di bumi ini. World Business Council for Sustainable Development (1999) yang merupakan suatu asosiasi global yang secara khusus bergerak di bidang pembangunan berkelanjutan menyatakan bahwa CSR merupakan suatu komitmen berkelanjutan oleh dunia usaha untuk bertindak etis dan memberikan kontribusi kepada pengembangan ekonomi dari komunitas setempat atau pun masyarakat luas, bersamaan dengan peningkatan taraf hidup pekerjanya beserta seluruh keluarganya.

¹ *Corresponding author*

Di Indonesia tanggung jawab sosial merupakan suatu hal yang bersifat sukarela atau tidak wajib dilakukan oleh perusahaan. Namun terdapat beberapa perusahaan yang wajib melakukan kegiatan tanggung jawab sosial atau bersifat *mandatory*. Tanggung jawab sosial di Indonesia diatur dalam UU nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan terbatas yang menyatakan:

(1) perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL); (2) TJSL merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran; (3) perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Hukum yang mengatur tentang CSR terutama tentang lingkup lingkungan adalah UU No. 32 tahun 2009 tentang perlindungan lingkungan dan manajemen. Berdasarkan UU No. 32 tahun 2009 pasal 68, setiap individu yang memiliki bisnis dan /atau kegiatan bisnis berkewajiban untuk:

1. Memberikan informasi terkait dengan perlindungan lingkungan dan manajemen secara jujur, transparan, dan tepat waktu
2. Melestarikan fungsi keberlanjutan lingkungan
3. Mematuhi standar kualitas lingkungan dan/atau kriteria standar untuk kerusakan lingkungan

Selain untuk melaksanakan kewajiban terhadap peraturan pemerintah diatas, perusahaan juga menggunakan kegiatan tanggung jawab sosial ini untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan lainnya seperti menaikkan laba perusahaan, membangun citra yang baik di dalam masyarakat baik itu masyarakat umum atau para investor. Survei yang dilakukan Booth-Harris Trust Monitor pada tahun 2001 menunjukkan bahwa mayoritas konsumen akan meninggalkan suatu produk yang mempunyai citra buruk atau diberitakan negatif. Banyak manfaat yang diperoleh perusahaan dengan pelaksanaan CSR, antara lain produk semakin disukai oleh konsumen dan perusahaan diminati investor.

Menurut Darwin dalam Rakhiemah dkk (2009) perusahaan dapat memperoleh banyak manfaat dari praktik dan pengungkapan CSR apabila dipraktekkan dengan sungguh-sungguh, diantaranya: dapat mempererat komunikasi dengan para pemangku kepentingan, meluruskan visi, misi, dan prinsip perusahaan terkait dengan praktik dan aktivitas bisnis internal perusahaan, mendorong perbaikan perusahaan secara berkesinambungan sebagai wujud manajemen risiko dan untuk melindungi reputasi, serta untuk meraih keunggulan kompetitif dalam hal modal, tenaga kerja, pemasok, dan pangsa pasar.

Di sisi lain, menurut Mc Williams et.al (2006) praktik tanggung jawab sosial (CSR) berpotensi menyebabkan adanya kegiatan manajemen laba jika dihubungkan dengan kepentingan manajer. Hemingway dan Maclagan (2004) menyatakan bahwa aktivitas CSR mungkin akan dipertahankan oleh manajer untuk menutupi dampak dari keburukan perusahaan. Jika manajer mempertahankan praktik CSR berdasarkan insentif oportunistik, maka mereka akan cenderung menyesatkan para pemangku kepentingan mengenai nilai perusahaan dan kinerja keuangannya. Manajer dapat menerapkan metode akuntansi yang tersedia untuk mendapatkan keleluasaan untuk menyesatkan para pemangku kepentingan dengan melakukan praktik manajemen laba.

CSR dianggap sesuatu yang biasa dalam kegiatan bisnis yang merupakan permintaan dari investor, konsumen serta stakeholder lainnya mengenai transparansi informasi dalam segala aspek bisnis (Kim et al., 2012). Rahmatullah (2012) menyatakan bahwa CSR tidak hanya membawa keuntungan bagi perusahaan melainkan bagi masyarakat dan lingkungan sekitar serta bagi Negara tempat perusahaan tersebut beroperasi.

Gray, Kouhy, Lavers (1995) mengatakan bahwa praktek CSR yang dilakukan oleh perusahaan digunakan untuk memanipulasi kebutuhan informasi para stakeholder yang ada di masyarakat seperti karyawan, pemegang saham, agen non-pemerintah dan masyarakat untuk memperoleh dukungan mereka. Dukungan dari para stakeholder merupakan hal yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat bertahan hidup ataupun untuk meningkatkan nilai dan laba perusahaan. Praktek CSR merupakan suatu kegiatan yang penting bagi perusahaan agar tetap dapat bertahan hidup.

Pelaporan CSR dianggap sebagai alat yang penting untuk membatasi ruang gerak untuk melakukan manajemen laba. Pelaporan CSR itu sendiri merupakan informasi finansial yang transparan dan andal bagi para stakeholder yang dapat digunakan oleh manajemen untuk menutupi praktek manajemen laba mereka. Pelaporan CSR yang baik diharapkan dapat menyediakan informasi yang transparan dan dapat membatasi ruang gerak dalam melakukan manajemen laba.

Terdapat beberapa hal yang mendorong dilakukannya penelitian ini. Pertama, terdapat perbedaan perspektif dari penelitian terdahulu dalam cara mengukur manajemen laba. Discretionary accruals atau model Jones (1991) digunakan untuk mengukur manajemen laba (Chih et al. (2008); Prior et al. (2008); Scholtens dan Kang (2012)). Penelitian Kim et.al, (2012) menggunakan kombinasi 3 alat pengukur manajemen laba yakni discretionary accruals, real activities manipulation dan Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs). Discretionary accrual merupakan konsep pengukuran manajemen laba menggunakan akrual perusahaan yang terdiri dari discretionary accrual dan non-discretionary accrual. Real activities manipulation merupakan salah satu bentuk manajemen laba dengan memanipulasi aktivitas riil perusahaan agar tercapainya target yang diharapkan oleh pemilik perusahaan.

Kedua adanya ketidakkonsistenan dari hasil penemuan sebelumnya terkait dengan manajemen laba dan CSR. Diantaranya adalah penelitian Chih et.al (2008) yang menemukan bahwa CSR cenderung mengurangi praktik perataan laba (*income smoothing*), mengurangi praktik penghindaran kerugian dan penurunan laba, namun masih terdapat kecenderungan pada *earnings aggressiveness*. Hubungan positif antara CSR dan manajemen laba ditemukan dalam penelitian Yip et.al (2011), sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Grougiou et.al (2014) mengungkapkan bahwa CSR tidak mempengaruhi manajemen laba. Dari kedua alasan tersebut, maka dirasa perlu untuk melakukan kajian lebih mendalam dengan melakukan penelitian mengenai hubungan antara CSR dan manajemen laba.

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Manajemen Laba

Healy dan Wahlen (1993) mendefinisikan *Earning Management* sebagai suatu perubahan dari pelaporan kinerja ekonomis perusahaan oleh *Insiders* untuk menyesatkan beberapa stakeholder atau untuk mempengaruhi pengeluaran kontraktual. Menurut Gumanti (2000) manajemen laba tidak harus dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan karena memang diperkenankan menurut regulasi akuntansi.

Menurut Scott (2003) terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan manajemen laba, antara lain sebagai berikut:

1. Motivasi bonus

Manajer akan berusaha mengatur laba bersih perusahaan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan didapatnya.

2. Motivasi kontrak

Manajer menaikkan laba bersih untuk mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami *technical default* dalam utang jangka panjangnya.

3. Motivasi politik Manajer tidak dapat melepaskan aspek politis dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri yang strategis karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak.

4. Motivasi pajak

Manajer terkadang mengambil tindakan untuk mengurangi laba bersih perusahaan yang dilaporkan untuk pembayaran pajak yang lebih kecil pula.

5. Pergantian *Chief Executive Officer* (CEO)

Banyak motivasi yang timbul berkaitan dengan CEO, seperti CEO yang mendekati masa pensiun akan meningkatkan bonusnya, CEO yang kurang berhasil memperbaiki kinerjanya untuk menghindari pemecatannya, serta CEO baru yang sengaja melakukan manajemen laba untuk menunjukkan kesalahan dari CEO sebelumnya.

6. Penawaran saham perdana (*Initial Public Offering-IPO*)

Manajer perusahaan yang *go public* melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya dengan harapan mendapatkan respon pasar yang positif terhadap peramalan laba sebagai sinyal dari nilai perusahaan.

7. Motivasi pasar modal

Manajer sengaja melakukan manajemen laba misalnya untuk mengungkapkan informasi pribadi yang dimiliki perusahaan kepada investor dan kreditor. Menurut Stice et al. (2010), terdapat empat alasan yang mendorong para manajer untuk memanipulasi laba yang dilaporkan:

a. Memenuhi target internal

b. Memenuhi harapan eksternal

c. Meratakan atau memuluskan laba (*income smoothing*)

d. Mempercantik laporan keuangan (*window dressing*) untuk keperluan Penjualan Saham Perdana (*Initial Public Offering-IPO*) atau untuk memperoleh pinjaman dari bank.

Corporate Social Responsibility (CSR)

International Standard Organization mengeluarkan ISO 26000 (2011) tentang petunjuk standar tanggung jawab sosial. Definisi CSR berdasarkan ISO 26000 adalah:

Responsibility of an organization for the impacts of its decisions and activities on society and the environment, through transparent and ethical behavior that contributes to sustainable development, including health and the welfare of society; takes into account the expectation of stakeholders; is in compliance with applicable law and consistent with international norms of behavior; and is integrated throughout the organization and practiced in its relationship.

Berdasarkan definisi tentang CSR diatas, maka CSR tidak hanya tentang kegiatan operasi perusahaan. Setiap organisasi yang memiliki dampak akibat dari keputusan dan aktivitas yang dilakukan terhadap masyarakat dan lingkungan maka disarankan untuk melakukan CSR.

Blowfield dan Murray (2008) mendefinisikan CSR sebagai alat bagi perusahaan untuk menyebarkan “keyakinan” kepada masyarakat bahwa perusahaannya memiliki tanggung jawab kepada masyarakat untuk kebaikan bersama dan tindakan CSR ini pada dasarnya berupa sukarela. CSR menunjukkan bahwa perusahaan secara sukarela mengintegrasikan kepentingan ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam kegiatan operasinya dan berinteraksi dengan para stakeholders (Branco dan Rodrigues, 2006) dan memaksimalkan sinergi dari ketiga unsur tersebut (Elkington, 1994; Dyllick dan Hockerts, 2002; Collison et al., 2003)

Teori Legitimasi

Teori legitimasi dijelaskan oleh Ghozali dan Chariri (2007) sebagai keadaan ketika sebuah sistem nilai perusahaan berjalan sesuai dengan sistem sosial yang lebih besar dimana perusahaan merupakan bagian dari sistem tersebut. Yang mendasari teori legitimasi adalah “kontrak sosial” yang terjadi antara perusahaan dengan masyarakat dimana perusahaan beroperasi. Ketika terdapat ketidakselarasan antara kedua sistem tersebut, maka akan muncul ancaman terhadap legitimasi perusahaan.

Kelangsungan hidup sebuah perusahaan juga bergantung pada hubungan antara perusahaan dengan masyarakat sosial disekitar tempat perusahaan beroperasi. Teori legitimasi menyatakan bahwa sebuah organisasi harus berusaha meyakinkan masyarakat sekitar bahwa mereka beroperasi sesuai dengan batasan-batasan dan norma sosial yang ada. Perusahaan yang dapat meyakinkan masyarakat sekitar mengenai kegiatan operasi perusahaan, perusahaan tersebut dianggap telah mendapat legitimasi dari masyarakat sekitar.

Dowling dan Pfeffer (dalam Ghozali dan Chariri, 2007) menyatakan bahwa organisasi berusaha menciptakan keselarasan antara nilai-nilai sosial yang ada pada kegiatan organisasi dengan norma-norma yang ada pada lingkungan sosial dimana organisasi tersebut merupakan bagian dalam lingkungan sosial tersebut. Hal ini dilakukan untuk mendapat legitimasi dari masyarakat sekitar agar sebuah organisasi dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya.

Ghozali dan Chariri (2007) menyatakan bahwa legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Ashforth dan Gibbs 1990; Dowling dan Pfeffer 1975; O’Donovan 2002 dalam Ghozali dan Chariri 2007).

Ketika ada perbedaan antara nilai yang dianut oleh perusahaan dengan nilai yang dianut oleh masyarakat, legitimasi perusahaan akan berada pada posisi terancam (Lindblom 1994; Dowling dan Pfeffer 1975 dalam Ghozali dan Chariri 2007). Perbedaan antara nilai-nilai perusahaan dengan nilai-nilai masyarakat disebut juga legitimacy gap dan dapat mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk melanjutkan kegiatan usahanya (Dowling dan Pfeffer 1975 dalam Ghozali dan Chariri 2007). Legitimacy gap dapat terjadi karena tiga alasan (Warticl dan Mahon 1994 dalam Ghozali dan Chariri 2007):

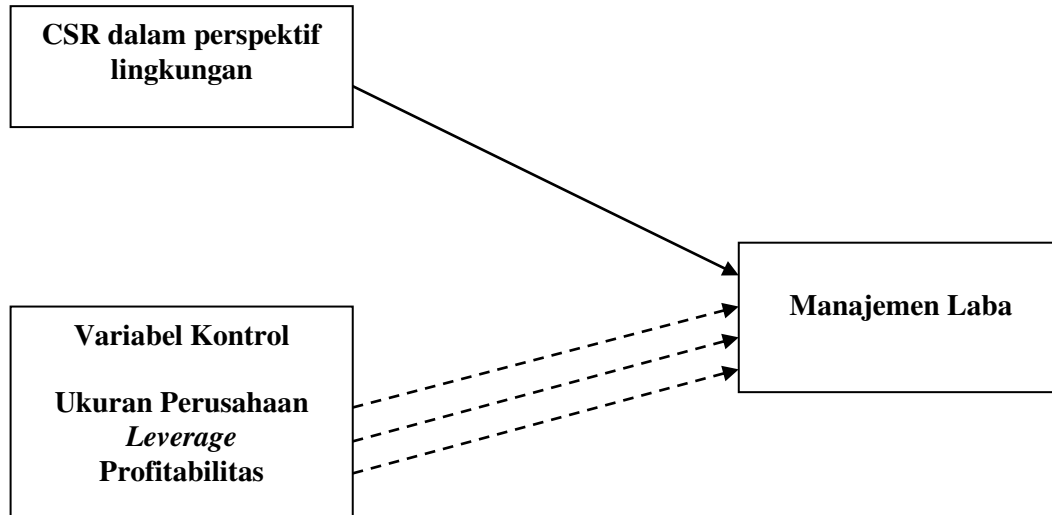
- a. Ada perubahan dalam kinerja perusahaan tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan tetap
- b. Kinerja perusahaan tidak berubah tetapi harapan masyarakat terhadap kinerja perusahaan berubah
- c. Kinerja perusahaan dan harapan masyarakat berubah kearah yang berbeda atau ke arah yang sama tetapi waktunya berbeda

Untuk mengurangi legitimacy gap ini perusahaan harus mengidentifikasi aktivitas yang berada dalam kendalinya dan mengidentifikasi publik yang memiliki kekuatan sehingga mampu memberika legitimasi kepada perusahaan (Neu et al. (1998) dalam Ghozali dan Chariri (2007). Perusahaan atau organisasi juga dapat mengupayakan sejenis legitimasi dari masyarakat dengan cara melakukan aktivitas tanggung jawab sosial atau yang sering disebut sebagai Corporate Social Responsibility (CSR).

Penelitian ini menguji apakah CSR dalam perspektif lingkungan dapat mempengaruhi manajemen laba. CSR dalam perspektif lingkungan digunakan karena CSR dalam perspektif lingkungan diprediksi memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. CSR dalam perspektif lingkungan dianggap mempengaruhi manajemen laba suatu perusahaan. Litt (2014) menyatakan bahwa perusahaan yang mengungkapkan inisiatif lingkungannya lebih banyak cenderung mengurangi manajemen laba yang dilakukan karena budaya internal yang kuat, manajer dan

direktur memiliki keinginan untuk mengevaluasi partisipasi lingkungannya yang berarti menaikkan moral dari karyawannya dan mempromosikan perusahaan bahwa mereka mengutamakan etika berbisnis. Selain variabel independen, yaitu CSR dalam perspektif lingkungan, dalam penelitian ini digunakan beberapa variabel kontrol, yaitu ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Variabel kontrol digunakan karena diduga ikut berpengaruh terhadap manajemen laba.

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Pengaruh CSR dalam perspektif lingkungan terhadap Manajemen Laba

Teori legitimasi menjelaskan bahwa perusahaan memiliki kontrak sosial dengan masyarakat sehingga nilai yang dianut oleh perusahaan diharapkan sesuai dengan nilai yang dianut oleh masyarakat sekitar. Kegiatan CSR dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat sehingga kegiatan operasi perusahaan dapat berjalan dengan baik. Perusahaan yang telah mendapat legitimasi diharapkan tidak merugikan masyarakat atas kegiatan atau keputusan-keputusan yang diambil oleh para manajer yang dapat berakibat pada hilangnya legitimasi perusahaan di mata masyarakat dan juga dapat merusak *image* perusahaan yang nantinya dapat mengganggu kegiatan operasi perusahaan.

Kim *et al.* (2012) mengatakan bahwa adanya kegiatan tanggung jawab sosial pada laporan tahunan akan membuat informasi keuangan lebih terpercaya bagi pihak-pihak yang menggunakan laporan keuangan. Perusahaan yang lebih banyak mengungkapkan informasi mengenai aktivitas perusahaannya akan lebih membatasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Sebaliknya, perusahaan yang kurang terbuka dalam pengungkapan informasi kegiatan perusahaan cenderung melakukan berbagai bentuk manajemen laba baik untuk keuntungan pribadi maupun keuntungan perusahaan (Patten dan Trompeter, 2003).

Prior *et al.* (2008) menjelaskan bahwa aktivitas dan pelaporan CSR dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bentuk dari pengembangan kebijakan sosial perusahaan. Prior *et al.* lebih lanjut menjelaskan bahwa partisipasi dari *stakeholder* merupakan hal yang penting bagi perusahaan untuk melakukan beberapa hal: (1) menguatkan legitimasi sosial perusahaan, (2) menguatkan partisipasi dewan direksi dan (3) meningkatkan standar performa yang lebih tinggi kepada manajer. Jones (1995) berpendapat bahwa perusahaan yang melakukan praktek CSR mendorong perusahaan untuk

lebih jujur, terpercaya, dan etis, karena hal inilah diharapkan CSR dapat membatasi kegiatan manajemen laba perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesisnya adalah :

H1 : CSR dalam perspektif lingkungan berhubungan negatif terhadap manajemen laba.

METODE PENELITIAN

Variabel Penelitian

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba. Manajemen laba dapat diproksikan dengan akrual diskresioner. Rumus manajemen laba dengan proksi akrual diskresioner adalah meregresi koefisien total akrual. Sementara variabel independen dalam penelitian ini adalah CSR dalam perspektif lingkungan. CSR dalam perspektif lingkungan merupakan pengukapan kegiatan CSR mengenai lingkungan berdasarkan indikator GRI 3.1. Pengukuran CSR dalam perspektif lingkungan adalah dengan memberi nilai 1 pada item-item yang diungkapkan pada indikator lingkungan GRI 3.1, semua item yang diungkapkan oleh perusahaan dijumlah dan dibagi jumlah indikator lingkungan GRI 3.1. Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas. Ukuran perusahaan atau *size* diartikan sebagai sebuah skala dimana perusahaan dapat dikategorikan besar dan kecil dengan berbagai cara, salah satunya adalah dilihat dari besar kecilnya aset yang dimiliki. Ukuran perusahaan diperoleh dari logaritma natural atas total aset perusahaan. *Leverage* diartikan sebagai sumber pendanaan suatu perusahaan dari hutang. Sumber pendanaan dari hutang dapat memberikan perbedaan antara perusahaan yang memiliki persentase pendanaan dari hutang yang besar ataupun yang lebih kecil. *Leverage* diperoleh dari total utang dibagi dengan total aset. Profitabilitas diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dari jumlah aset yang dimiliki pada tahun yang bersangkutan. Profitabilitas diproksikan dengan menggunakan ROA, diperoleh dari pendapatan sebelum pajak dibagi dengan total aset.

Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2013. Alasan memilih perusahaan manufaktur adalah karena perusahaan yang terdapat didalam industri manufaktur adalah yang jumlahnya paling banyak dibandingkan dengan industri lain, dan diharapkan mampu menggambarkan keadaan di Indonesia. Dan juga untuk menghindari bias efek industri. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel yang disesuaikan dengan kriteria tertentu agar sampel yang terpilih lebih representatif. Berikut kriteria-kriteria pengambilan sampel menggunakan metode *purposive sampling* dalam penelitian ini:

1. Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI dan mempublikasikan laporan keuangan auditan per 31 Desember secara konsisten dan lengkap dari tahun 2012-2013.
2. Laporan keuangan dinyatakan dalam mata uang rupiah. Dikarenakan penelitian dilakukan di Indonesia maka laporan keuangan yang digunakan adalah yang dinyatakan dalam Rupiah.
3. Perusahaan tidak mengalami kerugian dalam laporan keuangan
4. Memiliki kelengkapan informasi yang dibutuhkan terkait dengan indikator-indikator perhitungan yang dijadikan variabel pada penelitian ini.

Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis multivariate dengan menggunakan regresi berganda untuk pengujian hipotesis sebagai berikut:

$$\text{AbsDA} = \beta_0 + \beta_1 \text{CSREnv} + \beta_2 \text{Size} + \beta_3 \text{Lev} + \beta_4 \text{ROA} + e$$

Keterangan :

AbsDA	= Manajemen Laba (Akrual Diskresioner)
CSREnv	= CSR dalam perspektif lingkungan
Size	= Ukuran Perusahaan
Lev	= <i>Leverage</i>
ROA	= Profitabilitas (<i>Retun on Assets</i>)
e	= eror

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Objek Penelitian

Berdasarkan kriteria pengambilan sampel diperoleh 298 data pengamatan, hingga akhirnya diperoleh sampel akhir sebanyak 146 sampel. Penelitian ini menggunakan periode pengamatan selama 2 tahun, yaitu 2012-2013. Variabel-variabel prediktor yang digunakan diperoleh dari laporan keuangan tahunan yang diunduh dari www.idx.co.id dan *Indonesian Capital Market Directory* (ICMD).

Sampel penelitian adalah perusahaan manufaktur yang mengungkapkan tanggung jawab sosial lingkungan didalam laporan keuangannya serta mendapat laba positif selama periode 2012-2013 dan memiliki informasi laporan keuangan yang lengkap. Acuan ini digunakan karena data dari laporan keuangan merupakan data yang paling valid mengenai pengaruh pertumbuhan laba dari perusahaan. Ada 146 perusahaan yang memenuhi syarat pengambilan sampel penelitian dengan metode *pusposive sampling*. Berikut ini adalah tabel 1 yang menyajikan ringkasan dari sample penelitian:

Tabel 1
Perusahaan Sampel

Kriteria	Jumlah
Perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam pengklasifikasian ICMD	298
Laba sebelum Pajak negatif	(41)
Tidak dengan satuan Rupiah	(57)
Data tidak lengkap	(43)
Data tidak ditemukan	(4)
Sampel awal	153
Data outlier	(7)
Jumlah sampel akhir	146

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Analisis Data

Analisis statistik deskriptif dilakukan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi dari data masing-masing variabel dalam penelitian ini. Gambaran atau deskripsi dari data penelitian ini dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, maksimum, dan minimum. Hasil statistik deskriptif setiap variabel ditunjukkan pada tabel 2.

Tabel 2
Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
AbsDA	146	0.0053	0.8810	0.307253	0.18229109
CSREnv	146	0.03333	0.5000	0.11438349	0.098097491
SIZE	146	24.7013	32.8365	28.1567	1.6583
LEV	146	0.0400	0.8800	0.4212	0.1939
ROA	146	0.0014	0.8849	0.127301	0.1294
Valid N (listwise)	146				

Sumber: Data sekunder yang diolah, 2015

Pembahasan Hasil Penelitian

Tabel 3 menunjukkan hasil regresi dari model penelitian. Variabel CSR dalam perspektif lingkungan memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis pertama yaitu CSR dalam perspektif lingkungan memiliki pengaruh negatif secara signifikan terhadap manajemen laba. Dari 3 variabel kontrol antara ukuran perusahaan (SIZE), *leverage* (LEV), dan profitabilitas (ROA), hanya profitabilitas (ROA) yang memiliki hubungan signifikan.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Variabel	Nilai Perusahaan	
	B	Sig.
CSREnv	0.588	0,000
SIZE	-0.002	0,851
LEV	0,136	0,083
ROA	-0,236	0,048

Sumber: Data sekunder diolah, 2015

Pengaruh CSR dalam perspektif lingkungan terhadap Manajemen Laba

Hasil uji statistik t pada tabel 3 menunjukkan bahwa nilai statistik variabel CSR dalam perspektif lingkungan lebih kecil dari 0,05, yaitu sebesar 0,000 dengan arah positif, yang berarti variabel CSR dalam perspektif lingkungan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini membuktikan bahwa semakin banyak jumlah pengungkapan CSR dalam perspektif lingkungan, semakin tinggi manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hipotesis yang ditentukan bahwa CSR dalam perspektif lingkungan mempunyai pengaruh negatif terhadap pertumbuhan laba ke depan. Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian Chih *et al.* (2008) dan Yip *et al.* (2011) yang menyatakan CSR berhubungan positif dengan manajemen laba. Pengungkapan CSR semakin banyak maka semakin tinggi pula tingkat manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan.

Pengaruh Variabel Kontrol terhadap Manajemen Laba

Hasil pengujian untuk variabel kontrol SIZE terhadap AbsDA memberikan hasil t hitung sebesar -0,002 dengan signifikansi sebesar 0,851. Nilai signifikansi sebesar 0,851 tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 5%, ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

Hasil pengujian untuk variabel kontrol LEV terhadap AbsDA memberikan hasil t hitung sebesar 0,136 dengan signifikansi sebesar 0,083. Nilai signifikansi sebesar 0,083 tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 5%, *leverage* tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

Hasil pengujian untuk variabel kontrol ROA terhadap AbsDA memberikan hasil t hitung sebesar -0,236 dengan signifikansi sebesar 0,0048. Nilai signifikansi sebesar 0,048 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian menunjukkan bahwa pada taraf signifikansi 5%, profitabilitas (ROA) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

KESIMPULAN

CSR dalam perspektif lingkungan memiliki pengaruh yang positif signifikan terhadap manajemen laba. Semakin meningkat jumlah pengungkapan CSR dalam perspektif lingkungan yang diungkapkan perusahaan, semakin tinggi tingkat manajemen laba perusahaan.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah sampel yang relatif kecil karena terbatasnya perusahaan yang mengungkapkan tanggung jawab sosial lingkungannya ke dalam laporan tahunan perusahaan. Keterbatasan proksi untuk menggambarkan pertumbuhan laba ke depan. Penelitian selanjutnya mungkin perlu menjabarkan variabel independen untuk lebih menjelaskan pertumbuhan laba ke depan. Populasi penelitian dibatasi pada perusahaan manufaktur. Jenis industri lain mungkin perlu ditambahkan dalam populasi untuk penelitian berikutnya.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk dapat menggunakan sampel yang lebih banyak dengan menambahkan jenis industri lain selain manufaktur. Untuk menggambarkan pertumbuhan laba ke depan pada suatu perusahaan mungkin perlu menjabarkan item item dari variabel independen untuk memperoleh pengaruh yang lebih besar secara simultan. Penambahan kriteria yang harus dipenuhi dalam penentuan sampel, dengan membatasi nilai minimum dari setiap variabel independen.

REFERENSI

- Blowfield, M., & Murray, A. (2008). *Corporate Responsibility: A Critical Introduction*. Oxford University Press.
- Booth-Harris Trust Monitor. (2001). *When Consumer Trust Goes, So Do Customers; The Booth/Harris Trust Monitor Finds Service is Key to Maintaining Consumer Loyalty*. Retrieved from <http://www.thefreelibrary.com/>
- Branco, M., & Rodrigues, L. (2006). Corporate Social Responsibility and resource-based perspective. *Journal of Business Ethics* 69, 111-132.
- Chih, H.-L., Shen, C.-H., & Kang, F.-C. (2008). Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence. *Journal of Business Ethics*.
- Collison, D., Lorraine, N., & Power, D. (2003). An exploration of corporate attitudes to the significance of environmental information for stakeholders. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 10, 199-211.
- Dyllick, T., & Hockerts, K. (2002). Beyond the business case for corporate sustainability. *Business Strategy and the Environment* 11, 130-141.

- Elkington, J. (1994). Toward the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*, 90-100.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Chariri, A. (2007). *Teori Akuntansi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Initiative Reporting (GRI). (2014). *GRI G4 Guidelines and ISO 26000:2010 How to use the GRI G4 Guidelines and ISO 26000 in conjunction*. Amsterdam.
- Global Reporting Initiative. (2011). *from www.globalreporting.org*. Retrieved January 11, 2015, from <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/G3.1-Guidelines-Incl-Technical-Protocol.pdf>.
- Gray, R., Kouhy, R., & Lavers, S. (1995). Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*.
- Grougiou, V., Leventis, S., Dedoulis, E., & Owusu-Ansah, S. (2014). Corporate social responsibility and earnings management in U.S. banks. *Elsevier Accounting Forum* 38, 155-169.
- Gumanti, T. A. (2000). EARNINGS MANAGEMENT: SUATU TELAAH PUSTAKA. *Jurnal Akuntansi & Keuangan Vol. 2, No.2*, 104-115.
- Hemingway, C., & MacLagan, P. (2004). Managers' personal values as drivers of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics* 50 (1), 33-44.
- Jones, T. (1995). Instrumental stakeholder theory: A synthesis of ethics and economics. *Academy of Management Review*.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review Vol.87, No.3*, 761-796.
- Litt, B., Sharma, D., & Sharma, V. (2014). Environmental initiatives and earnings management. *Emerald Insight*.
- McWilliams, A., Siegel, D. S., & Wright, P. M. (2006). Corporate Social Responsibility: Strategic Implications. *Journal of Management Studies*, 1-18.
- Patten, D., & Trompeter, G. (2003). Corporate responses to political costs: an examination of the relation between environmental disclosure and earnings management. *Journal of Accounting and Public Policy*, 83-94.
- Prior, D., Surroca, J., & Tribo, J. (2008). Are Socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate Governance Vol 16 No.3*, 160-177.
- Rahmatullah, R. (2012). Konsep Dasar CSR. <http://www.rahmatullah.net/2012/01/konsep-dasar-csr.html>.



Rakhiemah, Aldila, N., & Dian, A. (2009). Pengaruh Kinerja Lingkungan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure dan Kinerja Finansial Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Simposium Nasional Akuntansi XII*.

Scholtens, B., & Kang, F.-C. (2012). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies. *Wiley Online Library*.

Scott, W. R. (2003). *Financial Accounting Theory*. New Jersey: Prentice Hall Inc.

Social Investment Forum. (2012). *Sustainable and Responsible investing trends in the United States*. www.ussif.org/files/Publications/12_Trends_Exec_Summary.pdf.

World Business Council for Sustainable Development. (1999). *Corporate Social Responsibility: Meeting Changing Expectations*. Geneva: World Business Council for Sustainable Development.

Yip, E., Van Staden, C., & Cahan, S. (2011). Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: The Role of Political Cost. *Australasian Accounting, Business and Finance Journal*, 5(3), 17-34.