

---

---

**PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR)  
TERHADAP PROFITABILITAS DAN MANAJEMEN LABA (STUDI EMPIRIS PADA  
PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA  
(BEI) TAHUN 2015-2017)**

**Imroatus Solikhah**

Jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Surabaya, Surabaya, Indonesia

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada profitabilitas dan manajemen laba. Metode yang digunakan dalam menentukan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, sehingga terdapat 66 sampel perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2015-2017. Dokumentasi dan analisis isi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang menggunakan perangkat lunak SPSS version 26. Hasil studi pada variabel dependen pertama membuktikan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh pada profitabilitas perusahaan. Sedangkan hasil pada variabel dependen kedua menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak mempengaruhi manajemen laba.

**Kata Kunci:** *Corporate Social Responsibility*; Profitabilitas; Manajemen Laba.

***THE EFFECT OF CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DISCLOSURE ON PROFITABILITY  
AND EARNINGS MANAGEMENT (EMPIRICAL STUDY ON MANUFACTURING COMPANIES LISTED IN  
BURSA EFEK INDONESIA (BEI) IN 2015-2017)***

**ABSTRACT**

*This study aims to examine the effect of CSR disclosure on profitability and earnings management. Purposive sampling is the method chosen in determining the sample in this study, so there are 66 samples of manufacturing companies which listed on the Indonesia Stock Exchange during the 2015-2017 period. Documentation and analysis are data collection techniques used in this study. The data analysis techniques used in this study is multiple linear regression analysis using SPSS version 26. The results of the first dependent variable study indicate that CSR disclosure affects company profitability. While the results of the second dependent variable research indicate that CSR disclosure does not affect earnings management.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility*; Profitability; Earnings Management.

**PENDAHULUAN**

Pada tahun 2017, Menteri Perindustrian Hartanto A. menyampaikan bahwa Indonesia dinilai sudah menjadi basis produksi manufaktur terbesar di ASEAN. Hal ini seiring dengan upaya pemerintah saat ini yang ingin mentransformasi ekonomi agar fokus terhadap pengembangan industri. Indonesia berada di urutan paling tinggi dari Negara ASEAN yang lain dilihat dari pertumbuhan MVA (*Manufacturing Value Added*) dengan nilai 4,84%. Hal ini memberikan dampak positif yaitu membuktikan bahwa perkembangan perusahaan sektor manufaktur berpengaruh untuk memacu perekonomian Indonesia (Baihaqi, 2018). Namun disisi lain, keadaan perusahaan sektor manufaktur yang berkembang dengan baik, ternyata juga menimbulkan kurangnya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan. Sepanjang tahun 2015 hingga 2017, Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan memperoleh laporan mengenai banyaknya kasus pelanggaran limbah. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan limbah akibat dampak kegiatan perusahaan masih belum baik. Kementerian Lingkungan Hidup menyampaikan bahwa perusahaan yang banyak melakukan pelanggaran pengelolaan limbah didominasi oleh perusahaan manufaktur. Salah satu perusahaan yang didalamnya terdapat aktivitas pengolahan bahan baku mentah yang diproses menjadi barang jadi merupakan perusahaan manufaktur (Nurhudha & Suwanti, 2011).

---

Dirjen Pengendalian Pencemaran dan Kerusakan Lingkungan Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan, Sani R. Ridho menjelaskan bahwa dampak dari operasional perusahaan manufaktur dibuktikan dengan adanya pencemaran air sebesar 34%, limbah 30% dan pencemaran udara 18%. Hal tersebut lebih besar dari tahun-tahun sebelumnya (Pernando, 2018).

Timbulnya berbagai kerusakan lingkungan akibat kegiatan operasional perusahaan, diperlukan suatu kebijakan untuk meminimalisir masalah-masalah tersebut. Oleh karena itu, muncullah kesadaran dalam tanggung jawab sosial pada perusahaan untuk mengurangi dampak negatif dari perusahaan yaitu *Corporate Social Responsibility* (Putra & Wirakusuma, 2017). Konsep yang terdapat pada CSR tidak hanya berfokus pada keuangan dan keuntungan, tetapi CSR ini harus berfokus pada 3P dimana dalam konsep ini perusahaan juga ikut berpartisipasi kepada masyarakat (*people*) dan juga menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Cecilia, Rambe, & Torong, 2015). CSR adalah bentuk komitmen yang dilaksanakan perusahaan dalam menjalankan kegiatan operasional yang berdampak bagi masyarakat, sosial maupun lingkungan (Sari, 2012). Pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* sudah ditetapkan didalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang pelaksanaan CSR dan apabila tidak menjalankan tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut perusahaan akan menerima sanksi sesuai dalam Undang-Undang Penanaman Modal No.25 Pasal 34.

Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dapat memberikan dampak yang baik, diantaranya adalah citra perusahaan dapat meningkat, meningkatkan kepercayaan masyarakat sekitar perusahaan, konsumen, investor, dan juga berdampak bagi penjualan produk perusahaan sehingga dapat meningkatkan laba atau profitabilitas perusahaan (Andreas, Sucahyo, & Elisabeth, 2015). Dalam legitimasi teori, perusahaan yang ingin tetap *go public* harus mendapatkan legitimasi dari masyarakat salah satunya dengan cara melakukan kegiatan CSR. Dengan adanya CSR, perusahaan akan mendapat pengakuan dari masyarakat sehingga secara tidak langsung membuat masyarakat menggunakan produk perusahaan yang dapat meningkatkan laba perusahaan. Potensi perusahaan dalam menghasilkan laba dapat dilihat pada profitabilitas perusahaan. Sehingga, untuk mengukur kemampuan perusahaan dan potensi perusahaan dalam menghasilkan laba dapat tercermin melalui rasio profitabilitas, baik dalam hal yang berhubungan dengan penjualan maupun aset (Celvin & Gaol, 2015). Penelitian terdahulu menunjukkan *gap research* mengenai topik ini, Almar, Rachmawati, & Murni (2012) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan. Berbeda dengan penelitian dari Celvin & Gaol (2015) menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan.

Selain CSR berpengaruh terhadap profitabilitas, CSR juga berpengaruh terhadap manajemen laba. Manajemen laba merupakan aktivitas manajerial dalam memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan dengan maksud untuk mendapatkan keuntungan (Aditama & Purwaningsih, 2014). Sebelum investor memberikan investasi pada suatu perusahaan akan mengamati dan menganalisis laporan keuangan perusahaan, dan laba merupakan aspek yang paling diperhatikan. Adanya pengungkapan CSR dimanfaatkan oleh pihak manajer untuk melakukan praktik manajemen laba. Pengungkapan CSR dilakukan perusahaan melalui laporan keuangan untuk menutupi praktik manajemen laba yang dilakukan. Sesuai dengan teori agensi kuatnya informasi yang dimiliki manajemen membuat manajer memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan praktik manajemen laba. Manajemen laba ini akan membuat laporan keuangan menjadi tidak akurat sehingga menyebabkan pihak pengguna laporan keuangan tidak menerima informasi yang sesungguhnya mengenai perusahaan tersebut (Arief & Ardiyanto, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Arief & Ardiyanto (2014) menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap manajemen laba. Namun, berbeda dengan penelitian dari Grecco, Geron, & Grecco (2017) menyatakan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan fenomena yang diuraikan, masih terdapat perbedaan hasil dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka peneliti termotivasi dalam mencari pengaruh dari pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas dan manajemen laba pada seluruh perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI selama periode 2015-2017 sebagai objek penelitian.

---

---

**KAJIAN PUSTAKA****Teori Agensi (*Agency Theory*)**

Teori keagenan menyatakan bahwa terdapat hubungan antara pihak *agent* dan *principal*. Hubungan keagenan terdapat suatu perjanjian antar pemilik (*principal*) mengandalkan manajemen (*agent*) untuk melaksanakan perintah dan memberi kewenangan kepada *agent* agar menemukan keputusan terbaik bagi *principal*. Manajemen adalah pihak yang ditunjuk oleh pemegang saham (*principal*) yang diberi tugas dan wewenang mengelola perusahaan (Evadewi & Meiranto, 2014).

Teori ini menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul karena adanya ketidakseimbangan informasi. Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Tindakan manajemen laba ini akan membuat laporan keuangan menjadi tidak akurat sehingga menyebabkan pihak investor maupun pihak yang menggunakan laporan keuangan tersebut tidak menerima informasi yang akurat mengenai perusahaan tersebut (Arief & Ardiyanto, 2014). Untuk menutupi praktik manajemen laba yang dilakukan, manajemen menggunakan pengungkapan CSR sebagai pengalih perhatian. Dengan adanya CSR, akan membuat investor yakin untuk terus berinvestasi pada perusahaan. Pengungkapan CSR juga dilakukan agar masyarakat semakin percaya terhadap perusahaan. Hal inilah yang dapat menutupi kecurangan yang dilakukan (Sunarsih, 2017).

**Teori Legitimasi (*Legitimacy Theory*)**

Legitimasi menjelaskan kondisi psikologis seseorang maupun golongan yang sensitif terhadap perubahan yang terjadi pada lingkungan sekitarnya baik gejala fisik maupun non fisik. Pada teori legitimasi menjelaskan bahwa untuk bertahan hidup, perusahaan memerlukan potensi sumber daya yang ada (Prameswari, 2015). Masyarakat memiliki pengaruh serta peran cukup besar dalam penentuan alokasi sumber daya lainnya. Dengan demikian, perusahaan perlu menerapkan kinerja berbasis lingkungan dan pengungkapan informasi sosial agar dapat diperoleh legitimasi dari masyarakat (Badjuri, 2011). Sehingga, pada teori legitimasi mengatakan bahwa setiap perusahaan yang ingin diterima dengan baik oleh lingkungan sekitar, perusahaan harus mengupayakan untuk menjalankan selaras dengan norma yang telah ada pada lingkungan dan masyarakat disekitar perusahaan (Deegan, Rankin, & Tobin, 2002).

Legitimasi menjelaskan keterkaitan antara perusahaan dengan masyarakat. Perusahaan berupaya menjalin hubungan baik dengan masyarakat melalui pengungkapan tanggung jawab sosialnya. Pengungkapan CSR merupakan cara yang efektif untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat. Perusahaan mengharapkan dengan adanya pengungkapan CSR, maka perusahaan tersebut tetap *going concern* dan juga mendapatkan pengakuan dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja dan memperoleh keuntungan sesuai dengan target perusahaan (Dipraja, 2014).

**Corporate Social Responsibility (CSR)**

*Corporate Social Responsibility* atau tanggung jawab sosial perusahaan dapat menggambarkan bagaimana perusahaan dalam mengatasi akibat yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan, dimana dampak yang terjadi dapat dirasakan oleh lingkungan termasuk masyarakat (Celvin & Gaol, 2015). Untung (2008: 1) menjelaskan bahwa CSR merupakan salah satu bentuk komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi untuk mengembangkan perekonomian secara berkelanjutan dengan cara mengungkapkan CSR dimana dalam pengungkapan tersebut memfokuskan pada tanggung jawab sosial perusahaan dan mengedepankan dalam menyeimbangkan beberapa aspek diantaranya yaitu ekonomi, sosial dan lingkungan. Komitmen perusahaan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial harus berdasarkan pada konsep *triple bottom line* atau dapat disingkat dengan 3P (*profit, people, and planet*). Konsep tersebut memiliki arti bahwa setiap perusahaan yang ingin mempertahankan keberlangsungan dan pertumbuhan perusahaan tidak boleh hanya fokus pada laba (*profit*) yang harus didapatkan perusahaan, tetapi perusahaan juga harus mampu memberikan kontribusi positif kepada masyarakat (*people*) dan lingkungan

---

---

sekitar (*planet*) sehingga perusahaan dapat selaras dalam melakukan kegiatan ekonomi dan bertanggung jawab atas lingkungan dan sosial (Cecilia *et al.*, 2015).

### **Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)**

Pengungkapan yang dimaksudkan dalam hal ini adalah pengungkapan informasi yang dibutuhkan pihak-pihak yang berkepentingan. Pengungkapan CSR adalah informasi yang menjelaskan wujud pertanggung jawaban atas dampak dari kegiatan operasional perusahaan yang dirasakan oleh masyarakat pada internal ataupun eksternal lingkungan perusahaan (Sofa, 2010 dalam Rahayu & Hartikayanti, 2014). Tujuannya agar perusahaan dapat menjalankan tanggung jawab sosialnya pada periode tertentu. Output dari penerapan CSR yang dilaksanakan perusahaan berupa informasi tanggung jawab sosial pada periode tertentu yang dimuat dalam laporan keuangan tahunan perusahaan. Pengungkapan CSR diukur menggunakan pedoman GRI-4 (*Global Reporting Initiative*) yang didalamnya terdapat tiga indikator yaitu mengukur kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial perusahaan, dan juga standar isi laporan keberlanjutan. Pertama dilakukan dengan cara melihat kategori indikator yang ada didalam GRI, kemudian menganalisis laporan tahunan perusahaan dan melihat apakah perusahaan mengungkapkan CSR, jika diungkapkan oleh perusahaan maka diberi nilai 1 dan nilai 0 jika item tidak diungkapkan (Sari, 2012).

### **Profitabilitas**

Menurut Kasmir (2012:196) mendapatkan laba atau memaksimalkan keuntungan merupakan harapan yang ingin dicapai suatu perusahaan. Dalam memenuhi pencapaian target tersebut, manajemen umumnya perlu memperhatikan implikasi terhadap beberapa hal, seperti kesejahteraan pemilik, karyawan, peningkatan kualitas produk, serta perencanaan investasi baru. Artinya keuntungan yang maksimal haruslah dicapai sesuai dengan yang ditetapkan dan tidak hanya asal untung. Alat yang digunakan untuk mengukur profitabilitas salah satunya adalah rasio *Net Profit Margin* (NPM). Rasio tersebut adalah rasio yang menghitung laba setelah bunga dan pajak dengan penjualan. NPM penting bagi perusahaan karena melalui NPM dapat dijadikan untuk mengetahui tingkat efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba bersih dengan memanfaatkan hasil penjualan.

### **Manajemen Laba**

Manajemen laba menjelaskan mengenai hal penting yang terdapat pada akuntansi keuangan, dan bukan hanya aktivitas negatif yang dapat merugikan. Hal ini dikarenakan tidak selalu tindakan memanipulasi laba dikatakan sebagai manajemen laba. Upaya dalam hal memanipulasi data atau informasi akuntansi tidak selalu dapat disebut sebagai tindakan manajemen laba, tetapi lebih pada kesengajaan manajemen dalam memilih metode akuntansi untuk tujuan tertentu (Aprianto, 2016). Manajemen laba merupakan upaya manajemen dalam memaksimalkan atau meminimalkan laba yang sesuai dengan yang diharapkan manajemen (Copeland, 1968 dalam Sunarsih, 2017). Scott (2009) dalam Sunarsih (2017) memberikan gambaran tentang konsep manajemen laba. Pertama, dengan melihat manajemen laba sebagai upaya manajer untuk memaksimalkan kegunaannya dalam menghadapi kompensasi dan kontrak utang. Kedua, manajemen laba dapat memberikan perlindungan untuk para manajer dan perusahaan dalam mengantisipasi adanya peristiwa tak terduga serta bertanggung jawab atas keterlibatan pihak-pihak dalam kontrak yang telah disepakati. Manajemen laba diukur dengan menggunakan *Discretionary Accruals* (DAC) (Sunarsih 2017).

### **Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Profitabilitas Perusahaan**

Setiap perusahaan akan selalu berusaha menggapai tujuannya terutama untuk mengupayakan perolehan laba setinggi mungkin dalam melaksanakan aktivitas bisnisnya. Sebagian dari perusahaan sadar akan pengaruh dari aktivitas bisnisnya terhadap lingkungan sekitar, maka dari itu timbul suatu tanggung jawab sosial perusahaan. Tanggungjawab sosial perusahaan atau dapat disebut *Corporate Social*

---

---

*Responsibility* (CSR). Pengungkapan CSR dapat mempengaruhi atau berdampak pada profitabilitas perusahaan. Almar, Rachmawati, & Murni (2012) mengungkapkan bahwa kecenderungan dari masyarakat akan memilih produk dari hasil produksi perusahaan yang peduli pada lingkungannya sehingga hal ini akan memberikan daya tarik bagi publik secara tidak langsung guna membeli dan menggunakan produk dari perusahaan sehingga akan berdampak positif pada profitabilitas perusahaan.

Berhubungan dengan teori legitimasi dimana ketika perusahaan menerapkan CSR perusahaan dipastikan akan mendapat pengakuan yang baik dari masyarakat. Jika perusahaan dapat menciptakan citra yang baik serta kepercayaan dari masyarakat maka diharapkan mampu menimbulkan loyalitas konsumen dimana loyalitas konsumen akan meningkatkan penjualan yang berdampak terhadap kenaikan laba perusahaan. Oleh karena itu, program CSR dapat berpengaruh terhadap profitabilitas perusahaan (Andreas, Sucahyo, & Elisabeth, 2015).

### **H<sub>1</sub>: Pengungkapan CSR Berpengaruh Terhadap Profitabilitas Perusahaan**

#### **Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap Manajemen Laba**

Pengungkapan CSR adalah pengungkapan informasi yang dilakukan perusahaan melalui laporan keuangan. Melalui pengungkapan CSR dapat membuat investor yakin dalam berinvestasi pada perusahaan tersebut. Pengungkapan CSR juga dilakukan agar masyarakat semakin percaya terhadap perusahaan. Akan tetapi, pengungkapan CSR dijadikan sebagai peluang perusahaan untuk melakukan praktik manajemen laba (Sunarsih, 2017). Agar praktik pelaksanaan manajemen laba oleh perusahaan dapat tertutupi, maka sebagai pengalih perhatiannya yakni melalui pengungkapan CSR. Tujuannya agar publik memberikan kepercayaannya kepada perusahaan sehingga pelaksanaan praktik manajemen laba akan terlaksana dengan baik (Sunarsih, 2017).

Berhubungan dengan teori agensi kuatnya informasi yang dimiliki pihak manajemen, membuat manajer memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan praktik manajemen laba. Manajer dengan leluasa meningkatkan atau menurunkan laba bersih yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan. Manajemen laba ini akan membuat laporan keuangan menjadi tidak akurat sehingga menyebabkan pihak pengguna laporan keuangan tidak menerima informasi yang sesungguhnya mengenai perusahaan tersebut. Manajemen laba dilakukan untuk kepentingan manajemen yang berusaha untuk mencapai tujuan yang menguntungkan pihak manajer maupun menguntungkan perusahaan (Arief & Ardiyanto, 2014).

### **H<sub>2</sub>: Pengungkapan CSR Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba**

#### **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini bersifat kuantitatif dalam melakukan pengujian terhadap pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap profitabilitas dan manajemen laba. Sumber data yang digunakan berasal dari informasi yang terdapat laporan keuangan perusahaan yang diunggah pada *website* [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) khususnya laporan keuangan perusahaan manufaktur tahun 2015-2017.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang laporan keuangan tahunannya (*annual report*) telah dipublikasikan secara berkala pada periode 2015-2017 di BEI, perusahaan manufaktur yang mengungkapkan kegiatan CSR dan perusahaan manufaktur yang tidak dalam keadaan rugi selama periode 2015-2017.

#### **Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)**

Pengungkapan CSR adalah salah satu bentuk keseriusan perusahaan dalam berkontribusi dalam mengembangkan ekonomi secara berkelanjutan yakni dengan mengungkapkan CSR dimana dalam pengungkapan tersebut memfokuskan pada tanggung jawab sosial perusahaan dan dapat menggambarkan bagaimana perusahaan dalam mengatasi akibat yang dihasilkan dari aktivitas perusahaan, dimana dampak

---

yang terjadi dapat dirasakan oleh lingkungan termasuk masyarakat (Untung, 2008: 1). Pengungkapan CSR ini menggunakan GRI-4. Rumus pengungkapan CSR perusahaan dihitung (Haniffa & Cooke, 2005) :

$$CSRDI_j = \frac{\sum x_{ij}}{n_j}$$

Keterangan :

CSRDI<sub>j</sub> = *Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks* perusahaan j

N = Jumlah item untuk perusahaan j,  $n_j \leq 91$

X<sub>ij</sub> = Total jumlah item yang diungkap: *Dummy* variabel : 1= jika item I diungkapkan; 0= jika item tidak diungkapkan

### Profitabilitas

Profitabilitas menjelaskan mengenai rasio yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Dalam menilai kemampuan perusahaan guna mendapatkan perolehan laba yakni dengan menggunakan rasio profitabilitas guna mengetahui keefektifan manajemen pada suatu perusahaan yang dicerminkan dari penghasilan atas penjualan perusahaan. Mengukur profitabilitas perusahaan menggunakan *Net Profit Margin* (NPM). Rumus untuk menghitung NPM menurut (Kasmir, 2012:196) adalah sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

### Manajemen Laba

Manajemen laba didefinisikan sebagai keikutsertaan manajemen melakukan penyusunan laporan keuangan guna mencari profit atau laba bagi pihak manajemen ataupun perusahaan (Sunarsih, 2017). Manajemen laba dapat diukur menggunakan *Discretionary Accruals* (DAC), rumus untuk menghitung oleh (Suyono, 2017) yaitu sebagai berikut :

$$DACC_{it} = (TACC_{it}/TA_{i,t-1}) - NDACC_{it}$$

Keterangan:

DACC<sub>it</sub> = *Discretionary Accruals* perusahaan i pada tahun t

TACC<sub>it</sub> = Total *Accrual* pada tahun t

TA<sub>i,t-1</sub> = Total aset untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t-1

NDACC<sub>it</sub> = *Non Discretionary Accruals* pada tahun t

### Teknik Analisis Data

Analisis regresi linear berganda adalah teknik yang dipilih pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS 26 mengacu pada Ghazali (2016). Pertama, analisis yang dilakukan yakni pengujian asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas. Selanjutnya, melakukan uji analisis regresi berganda, Uji F (uji simultan), uji t (uji parsial), serta koefisien determinasi (R<sup>2</sup>).

## HASIL ANALISA DAN PEMBAHASAN

### Analisis Deskriptif

Pendeskripsian data terdiri dari nilai minimum, nilai maksimum, nilai rata-rata (mean), dan standar deviasi dilakukan dengan menggunakan analisis statistik deskriptif (Ghozali, 2016:19). Sesuai pada tabel 1, variabel pengungkapan CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,04, nilai maksimum 0,62, nilai rata-rata sebesar 0,1891 dengan standar deviasi 0,10103. Hasil statistik deskriptif untuk variabel dependen pertama yaitu profitabilitas menghasilkan nilai minimum 0,009, nilai maksimum 0,39, nilai rata-rata

0,0772 dengan standar deviasi 0,06526. Variabel dependen kedua yaitu manajemen laba menunjukkan nilai minimum -0,54, nilai maksimum 0,26, nilai rata-rata -0,0387 dengan standar deviasi 0,08879.

**Tabel 1: Analisis Statistik Deskriptif**

	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
CSR	198	.04	.62	.1891	.10103
NPM	198	.00	.39	.0772	.06526
DA	198	-.54	.26	-.0387	.08879
Valid N (listwise)	198				

Sumber: Output SPSS 26

**Uji Asumsi Klasik**

Pada tabel 2, di bawah merupakan hasil dari keseluruhan uji asumsi klasik diantaranya seperti uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolonieritas, dan uji autokorelasi:

**Tabel 2: Hasil Uji Asumsi Klasik**

Jenis Pengujian	CSR → NPM	CSR → DA
<b>Uji Normalitas</b>		
Hasil Uji	0,200	0,200
Simpulan	<i>Sig.</i>	<i>Sig.</i>
<b>Uji Autokorelasi</b>		
Hasil Uji	1,7813 < 1,915 < 2,2187	0,215
Simpulan	<i>Sig.</i>	<i>Sig.</i>
<b>Uji Heteroskedastisitas</b>		
Nilai <i>Sig.</i>	0,750	0,675
Simpulan	<i>Sig.</i>	<i>Sig.</i>
<b>Uji Multikolonieritas</b>		
Nilai Tolerance	1,000	1,000
Nilai VIF	1,000	1,000
Simpulan	<i>Sig.</i>	<i>Sig.</i>

---

Sumber: Output SPSS 26

### Uji Normalitas

Tabel 2 pada variabel dependen pertama memberikan hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Hasil dari variabel dependen kedua memberikan hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov* dengan nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Berdasarkan nilai tersebut dapat menjelaskan bahwa data telah terdistribusi normal sebab nilai 0,200 mencerminkan nilai yang melebihi tingkat signifikansi yakni 0,05. Penelitian ini dinyatakan memenuhi uji normalitas.

### Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi pada variabel dependen pertama menggunakan uji *Durbin-Watson*. Pada tabel 2, hasil uji *Durbin-Watson* menunjukkan nilai 1,915. Hasil ini selanjutnya akan disesuaikan dengan kriteria yang menunjukkan bahwa untuk lolos dari uji autokorelasi nilai *Durbin-Watson* harus berada diantara nilai  $Du$  dan  $4-Du$  atau  $Dw < Dw < 4-Du$ . Sesuai pada hasil diatas, diketahui nilai  $Du$  yakni 1,7813, nilai  $4-Du$  yakni 2,1187. Maka, dapat dinyatakan bahwa hasil ini lolos uji autokorelasi. Sedangkan, pada variabel dependen kedua menggunakan uji *Run Test*. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi dari variabel dependen kedua diatas tingkat signifikansi 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Hasil ini telah memenuhi kriteria pengambilan keputusan uji autokorelasi yaitu nilai signifikansi diatas tingkat signifikansi. Sehingga dinyatakan lolos uji autokorelasi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menggunakan uji *glesjer*. Dasar pengambilan keputusan ditentukan dari nilai signifikansi  $> 0,05$ . Pada tabel 2 diatas, variabel dependen pertama menunjukkan nilai sebesar 0,750 dan variabel dependen kedua menunjukkan nilai sebesar 0,675 dimana hasil tersebut mempunyai tingkat signifikansi melebihi standar yakni 0,05. Sehingga, dinyatakan lolos uji heteroskedastisitas.

### Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui nilai *tolerance* dan nilai *Variance Inflation Factor (VIF)*. Jika pada hasil uji menunjukan nilai *Tolerance*  $\geq 0,10$  dan nilai *VIF*  $\leq 0,10$ , maka hasil uji tersebut menunjukan bahwa tidak terjadi multikolonieritas. Pada Tabel 2 memberikan hasil uji multikolonieritas pada variabel dependen pertama dan kedua menunjukkan nilai *Tolerance* yakni 1,000. Sedangkan, *VIF* pada variabel dependen pertama dan kedua yakni 1,000. Hasil tersebut memiliki nilai *Tolerance*  $> 0,10$  dan nilai *VIF*  $< 0,10$ . Sehingga, dapat dinyatakan tidak adanya gejala multikolonieritas.

### Analisis Regresi Berganda

**Tabel 3: Hasil Uji Regresi Berganda**

Jenis Pengujian	CSR → NPM	CSR → DA
<b>Uji Simultan (Uji F)</b>		
Nilai F Hitung	4,072	1,778
<i>Sig.</i>	0,045	0,184
<b>Uji Parsial (Uji t)</b>		
Koefisien Regresi	-0,079	-0,059

Nilai t Hitung	-2,018	-1,333
Sig.	0,045	0,184
<b>Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)</b>		
R Square	0,022	0,009
Adjusted R Square	0,016	0,004

Sumber: Output SPSS 26

Tabel 3 pada variabel dependen pertama memuat hasil pengujian simultan (Uji F) mendapatkan nilai F hitung yakni 4,072 dan signifikansi sejumlah 0,045 yang berarti variabel independen memberi pengaruh pada variabel dependen pertama secara simultan. Pada variabel dependen kedua mendapatkan nilai F hitung yakni 1,778 dan signifikansi 0,184 yang berarti variabel independen tidak memberi pengaruh pada variabel dependen kedua secara simultan. Hasil pengujian R<sup>2</sup> pada variabel dependen pertama menghasilkan nilai *Adjusted R Square* yakni 0,016, artinya kemampuan variabel independen pada penelitian dalam menerangkan variasi variabel dependen pertama yakni profitabilitas sebesar 1,6%, sementara selebihnya yakni 98,4% diterangkan oleh variabel lain. Sementara hasil pengujian R<sup>2</sup> pada variabel dependen kedua menghasilkan nilai *Adjusted R Square* yakni 0,004, artinya variabel independen dalam menjelaskan variasi pada variabel dependen kedua yakni manajemen laba dengan nilai 0,4%, sedangkan selebihnya yakni 99,6% diterangkan oleh variabel lain.

Analisis uji parsial (Uji t) pada variabel dependen pertama menunjukkan koefisien regresi variabel profitabilitas (NPM) yakni -0,079 dan signifikansi 0,045 artinya H<sup>1</sup> diterima, dimana profitabilitas (NPM) memiliki pengaruh pada *Corporate Social Responsibility* (CSR). variabel dependen kedua yakni manajemen laba mempunyai koefisien regresi yakni -0,059 dan signifikansi 0,184 yang artinya H<sup>2</sup> ditolak dimana variabel dependen kedua yakni manajemen laba tidak berpengaruh pada *Corporate Social Responsibility*.

## Pembahasan

### Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Profitabilitas Perusahaan

Hasil uji pada hipotesis pertama menggambarkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh terhadap variabel dependen pertama yakni profitabilitas. Hasil pada uji ini karena dengan adanya pengungkapan CSR dapat membuat persepsi positif dari penilaian masyarakat terhadap eksistensi perusahaan tersebut seperti perusahaan akan menambah citra yang positif bagi perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sesuai dengan norma yang ada pada masyarakat maka perusahaan tersebut akan mendapatkan manfaat seperti dapat mempengaruhi reaksi konsumen terhadap produk-produknya, perusahaan dapat menarik dan mempertahankan pelanggan (Sontaitte & Petkeviciene, 2015). Konsumen akan melihat produk yang dihasilkan perusahaan ketika perusahaan melakukan tanggung jawab dalam bidang ekonomi, sosial, dan lingkungan sehingga perusahaan tetap menjaga kualitas produk yang akan dijual pada konsumen sehingga dapat menambah loyalitas konsumen dalam membeli produk perusahaan yang tentunya dapat meningkatkan penjualan produk dimasyarakat yang akan mengakibatkan profit perusahaan meningkat.

Perusahaan yang memberikan informasi mengenai pengungkapan CSR secara detail menjadi faktor yang dapat mempengaruhi tingkat profitabilitas perusahaan. Semakin detail dan luas informasi perusahaan mengungkapkan CSR akan berdampak pada profitabilitas perusahaan yang mengalami peningkatan. Perusahaan yang mengungkapkan item pada CSR semakin banyak dan sesuai standar GRI-

---

4 maka semakin bagus kualitas perusahaan tersebut dalam melakukan pengungkapan CSRnya. Dengan perusahaan mengungkapkan CSR maka dapat meningkatkan dan menjalin hubungan antar perusahaan dengan lingkungan sekitar perusahaan yang akan berdampak pada kegiatan operasional perusahaan agar bisnisnya berjalan dengan baik. Ketika perusahaan mendapatkan kepercayaan dimata masyarakat dapat membantu perusahaan untuk meningkatkan penjualan produk di masyarakat dan menambah profitabilitas perusahaan (Gantino, 2016). Masyarakat memiliki peranan penting terhadap peningkatan profitabilitas perusahaan. Perusahaan didirikan bertujuan untuk bisa bertahan sampai dimasa yang akan datang. Salah satu cara untuk mewujudkan tujuan tersebut perlu adanya informasi pengungkapan CSR dalam laporan keuangan perusahaan. Ketika perusahaan berusaha untuk berkontribusi dan memberikan perhatian kepada masyarakat dan lingkungan maka dapat menyebabkan adanya reaksi yang positif dari masyarakat. Sehingga dapat meningkatkan daya beli masyarakat sehingga profit perusahaan dapat meningkat.

### **Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Manajemen Laba**

Pada hasil pengujian hipotesis kedua menampilkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap variabel dependen kedua yakni manajemen laba karena praktik manajemen laba adalah tindakan yang tidak sesuai dengan etika dan tindakan tersebut tidak akan dilakukan oleh perusahaan yang memiliki etika dan kepedulian dalam melaksanakan kegiatan CSR. Perusahaan yang tidak melakukan tindakan manajemen laba dinilai sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian dalam melakukan pengungkapan CSR. Hal ini disebabkan perusahaan memerlukan legitimasi atau dukungan dari masyarakat agar perusahaan dapat beroperasi dengan baik dan tetap melaksanakan kegiatan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial seperti pelestarian lingkungan, pembangunan sarana dan prasarana publik dan peningkatan kesejahteraan karyawan dan lain-lain (Sembiring, 2017). Kesadaran akan legitimasi dari masyarakat itulah yang mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait pengungkapan CSR sehingga membatasi adanya praktik manajemen laba.

Semakin luas pengungkapan CSR maka tidak mempengaruhi manajemen laba atau manajemen laba tidak dapat dipengaruhi oleh pengungkapan CSR. Hal ini dikarenakan hal yang menjadi dasar adanya pengungkapan aktivitas kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan adalah untuk membentuk profil perusahaan menjadi baik, sehingga dapat membatasi tindakan manipulasi laba atau manajemen laba yang tidak sesuai dengan tujuan yang dibuat perusahaan tersebut. Praktik kecurangan bisnis yang dilakukan manajemen dapat dikatakan seperti melakukan praktik yang tidak bertanggung jawab. Hasil penelitian ini juga tidak sesuai dengan teori agensi yang menyatakan bahwa terdapat ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh manajemen. Perusahaan yang bertanggungjawab terhadap lingkungan akan melaporkan informasi yang sesungguhnya mengenai perusahaan tersebut. Praktik kecurangan juga dapat berdampak pada informasi pengungkapan CSR, sehingga masyarakat tidak percaya akan kebenaran pengungkapan tersebut dan menghapus pengaruh positif yang sudah dibuat perusahaan. Selain itu, jika investor mengetahui tindak kecurangan yang dilakukan oleh perusahaan, maka investor tidak akan yakin dan percaya untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Lanis & Richardson, 2012).

### **KESIMPULAN**

Sesuai dengan hasil uji dan pembahasan diatas, maka hasil uji yang dilakukan pada hipotesis pertama menjelaskan pengungkapan CSR berpengaruh terhadap profitabilitas. Hal tersebut dikarenakan dengan adanya pengungkapan CSR dapat membuat persepsi positif dari penilaian masyarakat terhadap eksistensi perusahaan tersebut seperti menambah citra yang positif bagi perusahaan dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Sesuai dengan teori legitimasi yang menyatakan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR sesuai dengan norma yang ada pada masyarakat maka perusahaan tersebut dapat menambah loyalitas konsumen dalam membeli produk perusahaan yang tentunya dapat meningkatkan penjualan produk dimasyarakat yang akan mengakibatkan profit perusahaan meningkat.

---

---

Selanjutnya, pada hipotesis kedua, menunjukkan bahwa pengungkapan CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba karena praktik manajemen laba adalah tindakan yang tidak sesuai dengan etika dan tindakan tersebut tidak akan dilakukan oleh perusahaan yang memiliki etika dan kepedulian dalam melaksanakan kegiatan CSR. Hal yang menjadi dasar adanya pengungkapan aktivitas kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan adalah untuk membentuk profil perusahaan menjadi baik, sehingga dapat membatasi tindakan manipulasi laba atau manajemen laba yang tidak sesuai dengan tujuan yang dibuat perusahaan tersebut. Kesadaran akan legitimasi dari masyarakat juga mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi terkait pengungkapan CSR sehingga membatasi adanya praktik manajemen laba.

Saran bagi penelitian selanjutnya yakni pertama, menambah periode penelitian agar hasil lebih akurat. Kedua, dapat mengganti atau menambah variabel dependen dengan variabel yang lain. Ketiga, dapat menggunakan proksi profitabilitas yang lain seperti *Gross Profit Margin* (GPM) dan *Operating Income* (OM) agar dapat menunjukkan pengaruh dari proksi tersebut.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aditama, F., & Purwaningsih, A. (2014). Pengaruh Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Nonmanufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *MODUS*, 26(1), 33–50.
- Almar, M., Rachmawati, R., & Murni, A. (2012). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan. *Proceeding Seminar Nasional Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 514–526.
- Andreas, H. H., Sucahyo, U. S., & Elisabeth, D. (2015). Corporate Social Responsibility dan Profitabilitas. *Jurnal Manajemen*, 15(1), 119–136.
- Aprianto, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Kinerja Keuangan (ROE) dengan Manajemen Laba dan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderating (Studi Empiris pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk Periode 2011-20). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM FEKON) Fakultas Ekonomi*, 3(1), 2297–2311.
- Arief, A., & Ardiyanto, M. D. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus pada Perusahaan Non Keuangan dan Jasa yang Terdaftar di BEI Tahun 2010-2012). *Diponegoro Journal Of Accounting*, 3(2003), 1–9.
- Badjuri, A. (2011). Faktor-faktor Fundamental, Mekanisme Corporate Governance, Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Perusahaan Manufaktur dan Sumber Daya Alam di Indonesia. *Dinamika Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan*, 3(1), 38–54.
- Pernando, A. (2018). Selama 2 Tahun Terakhir, Ada 137 Kasus Pelanggaran Limbah Beracun dan Berbahaya. Retrieved April 02, 2018, from <http://industri.bisnis.com/read/2018/04/02/257/779149/selama-2-tahun-terakhir-ada-137-kasus-pelanggaran-limbah-beracun-dan-berbahaya>.
- Cecilia, Rambe, S., & Torong, M. Z. B. (2015). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan pada Perusahaan Perkebunan yang Go Public di Indonesia, Malaysia, dan Singapura. *Symposium Nasional Akuntansi XIII*, 1(1), 1–22.
- Celvin, H., & Gaol, R. L. (2015). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) terhadap Profitabilitas Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Reviu Akuntansi Dan Keuangan*, 1(2), 139–166.
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An Examination of the Corporate Social and Environmental
-

- 
- Disclosures of BHP from 1983-1997. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 1(1989), 312–343.
- Dipraja, I. (2014). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan. *Dian Nuswantara University Journal of Accounting*, 1(1), 1–17.
- Evadewi, R., & Meiranto, W. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Earnings Management : A Political Cost Perspective. *Diponegoro Journal of Accounting*, 3(1997), 1–12.
- Gantino, R. (2016). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2014. *Jurnal Dinamika Akuntansi Dan Bisnis*, 3(2), 19–32.
- Grecco, M. C. P., Geron, C. M. S. G., & Grecco, G. B. (2017). Corporate Social Responsibility and Its Relation With Performance and Earnings Management. *Accounting Journal & Magazine Reviews*, 28(1), 25–44.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haniffa, R. M., & Cooke, T. E. (2005). The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24(September 2015), 1–41.
- Kasmir. (2012). Analisis Laporan Keuangan. *Jakarta: PT Raja Grafindo Persada*.
- Lanis, R., & Richardson, G. (2012). Corporate Social Responsibility and Tax Aggressiveness: An Empirical Analysis. *Journal of Accounting and Public Policy*, 31(1), 86–108.
- Nurhudha, A. S., & Suwarti, T. (2011). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility, Intellectual Capital, dan Kinerja Lingkungan terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call For Papers*, 3(1), 978–979.
- Baihaqi, R. (2018). Industri Manufaktur Indonesia Terbesar di ASEAN. Retrieved Februari 12, 2018, from <https://economy.economy.com/read/2018/02/12/320/industri-manufaktur-indonesia-terbesar-di-asean>.
- Prameswari, F. W. (2015). Analisa Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas dan Leverage di Sektor Industri Pertambangan Tahun 2010-2014. *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 1–14.
- Putra, A. G. T. D., & Wirakusuma, M. G. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure terhadap Nilai Perusahaan dengan Kepemilikan Asing sebagai Variabel Pemoderasi. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana*, 19(3), 1719–1746.
- Rahayu, P. M., & Hartikayanti, H. N. (2014). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Profitabilitas Perusahaan yang diukur dengan Return On Equity (Studi Kasus pada Perusahaan Pertambangan yang Listing di BEI dan Peserta Indonesia sustainability Report [ISRA]). *Proceeding SNEB*, 1(1), 1–9.
- Sari, R. A. (2012). Pengaruh Karakteristik Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Nominal*,
-

I(1), 124–140.

Sembiring, C. L. (2017). Manajemen Laba dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Komisaris Independendan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Pemoderasi. *Berkala Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 2(2), 20–41.

Sontaite, M., & Petkeviciene. (2015). CSR Reasons , Practices and Impact to Corporate Reputation. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 213(1), 503–508.

Sunarsih. (2017). Pengaruh Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dengan Mekanisme Corporate Governance Sebagai Variabel Moderasi pada Perusahaan Yang Terdaftar di Jakarta Islamic Index (JII). *Jurnal Aplikasi Ilmu-Ilmu Agama*, 17(1), 33–48.

Suyono, E. (2017). Berbagai Model Pengukuran Earnings Management: Mana yang Paling Akurat. *Sustainable Competitive Advantage FEB UNSOED*, 7(September), 303–324.

Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas.

Untung, B. H. (2008). *Corporate Social Responsibility*. Jakarta: Sinar Grafika.