

PENGARUH EARNING MANAGEMENT DAN MEKANISME CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL PERUSAHAAN MANUFAKTUR YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA

Muhammad Titan Terzaghi
Universitas Bina Darma Palembang

Abstract

This research examines the effect of earnings management and corporate governance mechanism to corporate social responsibility disclosure. Managerial ownership, institutional ownership, the size of boards of directors, the proportion of boards of directors independency, and audit committee are a proxy of corporate governance mechanism. The profile of industry are a control variable on this research. The examination was held to 89 public companies in Indonesia Stock Exchange that disclosed corporate social responsibility in 2008. This research prove that according to simultaneous earnings management, managerial ownership, institutional ownership, the size of boards of directors, the proportion of boards of directors independency, audit committee, the size of firms and type of industry have had positive effects on corporate social responsibility disclosure. In partial known that the size of boards of directors and the profile of industry have a significant influence to corporate social responsibility disclosure. Research findings indicated that in Indonesia, corporate social responsibility have not became a part of managerial entrenchment strategy for opportunistic management behaviour to reach stakeholders support yet.

Keywords : *Corporate Governance Mechanism, Corporate Social Responsibility Disclosure, Earnings Management.*

PENDAHULUAN

Perusahaan yang terdaftar di pasar modal diwajibkan untuk mempublikasikan informasi yang berhubungan dengan perusahaan kepada publik. Fenomena pada saat ini, informasi yang dihasilkan tidak hanya dari laporan keuangan saja tetapi juga tambahan informasi lainnya sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan seperti laporan tanggung jawab sosial atau coorporate social responsibility (CSR). Eipstein & Freedman (1994) dalam Anggraini (2006:4) menemukan bahwa investor individual tertarik terhadap informasi sosial yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

Kegiatan CSR pada awalnya merupakan aktivitas berdasarkan kerelaan dan bukan berdasarkan paksaan. Kegiatan yang awalnya bersifat filantropis itu kemudian diatur dengan keluarnya peraturan yang mewajibkan kegiatan CSR. UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas mewajibkan perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam untuk melaksanakan Tanggung Jawab

Sosial dan Lingkungan. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tersebut akan dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Saat jumlah perusahaan yang melakukan pengungkapan informasi pertanggung jawaban sosial (CSR) dalam laporan tahunannya semakin bertambah. Banyak perusahaan semakin menyadari pentingnya menerapkan program CSR sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Survey global yang dilakukan oleh *The Economist Intelligence Unit* menunjukkan bahwa 85% eksekutif senior dan investor dari berbagai organisasi menjadikan CSR sebagai pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan (Warta Ekonomi, 2006) dalam (Sayekti, 2007:2).

Penelitian Basamalah dan Jermias (2005:111) menunjukkan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelaporan sosial adalah untuk alasan strategis. CSR sebagai bagian dari manajemen risiko khususnya dalam membentuk katup pengaman sosial (*social security*). Selain itu melalui CSR perusahaan juga dapat membangun reputasinya, seperti meningkatkan citra perusahaan maupun pemegang sahamnya, posisi merek perusahaan, maupun bidang usaha perusahaan.

Teori *stakeholder* berpendapat bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun memberikan manfaat bagi stakeholders. Di dalam perusahaan ada pihak yang diutamakan yaitu *stakeholders*. Terdapat sejumlah *stakeholders* yang ada di masyarakat, dan dengan pengungkapan CSR merupakan cara untuk mengelola hubungan organisasi dengan kelompok *stakeholders*. Tujuan utama dari manajer perusahaan adalah untuk menyeimbangkan konflik dengan *stakeholders*. Sehingga CSR merupakan perangkat canggih yang dapat digunakan untuk menggalang dukungan dari para pemangku kepentingan.

Kegiatan CSR ini bahkan digunakan juga sebagai tameng bagi manajer perusahaan. Prior et. al. (2007:4) menyatakan bahwa manajer yang memanipulasi pendapatan (*earning management*) menggunakan kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai salah satu strateginya untuk menjaga hubungan dengan para *stakeholder*.

Tindakan CSR dapat digunakan manajer untuk menghadapi konflik kepentingan (*Agency Theory*) untuk memaksimalkan tujuan pemegang saham dan pemangku kepentingan lain yang memiliki kepentingan yang berbeda, dan kepentingan mereka sendiri mengenai manajemen kompensasi yang didasarkan pada penghasilan manajemen. Dalam hal tidak adanya kriteria yang jelas tentang kinerja manajemen sistem menyebabkan manajer sulit untuk dievaluasi, sehingga memungkinkan manajer untuk menggunakan sumber daya perusahaan untuk kepentingan sendiri, dengan tidak mematuhi pengklaim keuangan dan kebutuhan masyarakat pada umumnya (Chih et al., 2008:182).

Menurut Kurihama (2005:5) terdapat dua aspek yang berkaitan dengan CSR yaitu aspek positif dan aspek negatif. Aspek positif adalah sesuatu yang positif mempengaruhi masyarakat termasuk di dalamnya sosial kontribusi, kegiatan sukarela, filantropi, dan lain-lain yang dilakukan oleh perusahaan yang bukan hanya semata-mata agar sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Dengan memaksimalkan aspek positif ini maka akan meningkatkan daya saing perusahaan. Sedangkan, aspek negatif adalah sesuatu yang negatif mempengaruhi masyarakat termasuk di dalamnya penipuan, pelanggaran hukum dan peraturan, dan penyimpangan dari norma-norma sosial. Oleh karena itu, mengendalikan aspek negatif ini merupakan persyaratan minimum bagi perusahaan untuk mempertahankan hubungan kepercayaan dengan masyarakat sehingga perlunya peran terintegrasi antara tata kelola perusahaan (*Corporate Governance*) dengan CSR.

Murwaningsari (2009:31) menyatakan bahwa pada saat ini telah terjadi pergeseran paradigma *Good Coorporate Governance* yaitu dengan memperluas paradigma teoretis dari *agency theory* menjadi *stakeholder theory perspective*. Akibat yang muncul dari pergeseran paradigma ini, *Good Coorporate Governance* harus mempertimbangkan dan memperhatikan masalah *corporate social responsibility* dalam suatu konteks historis dan filosofi yang luas.

Sisi lainnya, menurut Verecchia (1983) dalam Basamalah dan Jermias (2005:114), perusahaan akan mengungkapkan suatu informasi jika informasi tersebut akan meningkatkan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang menerapkan dan mengungkapkan CSR mengharapkan akan direspon positif oleh para pelaku pasar. Berdasarkan uraian tersebut rumusan masalah yang ingin dijawab dengan penelitian ini adalah : Bagaimana pengaruh *earning management* dan mekanisme *corporate governance* terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial ?

TINJAUAN PUSTAKA

Agency Theory

Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Pemegang saham sebagai principal diasumsikan hanya tertarik kepada hasil keuangan yang bertambah atau investasi mereka di dalam perusahaan. Sedangkan para agen disumsikan menerima kepuasan berupa kompensasi keuangan dan syarat-syarat yang menyertai dalam hubungan tersebut. Salah satu hipotesis dalam teori ini adalah bahwa manajemen dalam mengelolah perusahaan cenderung lebih mementingkan kepentingan pribadinya daripada meningkatkan nilai perusahaan, maka yang terjadi adalah konflik kepentingan di atas hubungan kooperatif. Contoh nyata yang dominan terjadi dalam kegiatan perusahaan dapat disebabkan karena pihak agensi memiliki informasi keuangan yang lebih baik daripada pihak prinsipal (keunggulan informasi), sedangkan dari pihak prinsipal boleh jadi memanfaatkan kepentingan pribadi atau golongannya sendiri (*self-interest*) karena memiliki keunggulan kekuasaan (*discretionary power*).

Adanya perbedaan kepentingan ini membuat masing-masing pihak berusaha memperbesar keuntungan bagi diri sendiri. Principal menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya dan secepatnya atas investasi yang salah satunya dicerminkan dengan kenaikan porsi deviden dari tiap saham yang dimiliki. Agen menginginkan kepentingannya diakomodir dengan pemberian kompensasi atau bonus atau insentif yang "memadai" dan sebesar-besarnya atas kinerjanya. Principal menilai prestasi Agen berdasarkan kemampuannya memperbesar laba untuk dialokasikan pada pembagian deviden. Makin tinggi laba, harga saham dan deviden, maka Agen dianggap berhasil atau berkinerja baik sehingga layak mendapat insentif yang tinggi.

Sebaliknya Agen pun memenuhi tuntutan Principal agar mendapatkan kompensasi yang tinggi. Sehingga bila tidak ada pengawasan yang memadai maka sang Agen dapat memainkan beberapa kondisi perusahaan agar seolah-olah target tercapai. Permainan tersebut bisa atas prakarsa dari Principal ataupun inisiatif Agen sendiri. Maka terjadilah *Creative Accounting* yang menyalahi aturan seperti adanya piutang yang tidak mungkin tertagih yang tidak dihapuskan, kapitalisasi beban yang tidak semestinya, pengakuan penjualan yang tidak semestinya yang kesemuanya berdampak pada besarnya nilai aktiva dalam neraca dengan tujuan "mempercantik" laporan keuangan walaupun bukan nilai yang sebenarnya dan dapat juga dengan membagi keuntungan ke periode lain agar setiap tahun

kelihatan perusahaan meraih keuntungan, padahal kenyataannya merugi atau laba turun. Kegiatan memainkan laba seperti ini dikenal dengan istilah *earning management* (manajemen laba).

Stakeholder Theory

Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya*. Untuk itu, tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi (*economics focused*) dalam laporan keuangan, kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimensions*) terhadap *stakeholders*, baik internal maupun eksternal. Gray (1994:53) mengatakan bahwa Kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada dukungan *stakeholder* dan dukungan tersebut harus dicari sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Makin *powerful stakeholder*, makin besar usaha perusahaan beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai bagian dari dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Corporate Social Responsibility (CSR)

Menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006:5), tanggung jawab sosial atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) perusahaan dapat didefinisikan sebagai mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggungjawab organisasi di bidang hukum

Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan membuat perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut berkontribusi bagi kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Di samping itu perusahaan akan memperoleh beberapa manfaat dari aktivitas CSR tersebut (Susanto, 2009 : 14-15)

Pertama, mengurangi resiko dan tuduhan terhadap perlakuan tidak pantas yang diterima perusahaan. Perusahaan yang menjalankan tanggung jawab sosialnya secara konsisten akan mendapat dukungan luas dari komunitas yang telah merasakan manfaat dari berbagai aktivitas yang dijalankannya. CSR akan mendongkrak citra perusahaan, yang dalam rentang waktu panjang akan meningkatkan reputasi perusahaan. Ketika terdapat pihak-pihak tertentu yang menuduh perusahaan menjalankan perilaku serta praktik-praktik tidak pantas, masyarakat akan menunjukkan pembelaannya. Karyawan pun akan berdiri di belakang perusahaan, membela institusi tempat mereka bekerja.

Kedua, CSR dapat berfungsi sebagai pelindung dan membantu perusahaan meminimalkan dampak buruk akibat dari suatu krisis yang dihadapi. Demikian pula ketika perusahaan diterpa kabar miring atau bahkan ketika perusahaan melakukan kesalahan, masyarakat lebih mudah memahami dan memaafkannya.

Ketiga, keterlibatan dan kebanggaan karyawan. Karyawan akan merasa bangga bekerja pada perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, yang secara konsisten melakukan upaya-upaya untuk membantu meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Kebanggaan ini akan menghasilkan loyalitas sehingga karyawan akan merasa lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras untuk kemajuan perusahaan. Hal ini akan berujung pada peningkatan kinerja dan produktivitas.

Keempat, CSR yang dilaksanakan secara konsisten akan mampu memperbaiki dan mempererat hubungan antara perusahaan dengan para *stakeholder*-nya. Pelaksanaan CSR

secara konsisten menunjukkan bahwa perusahaan memiliki kepedulian terhadap pihak-pihak yang selama ini berkontribusi terhadap lancarnya berbagai aktivitas yang mereka raih. Hal ini mengakibatkan para *stakeholder* senang dan merasa nyaman dalam menjalin hubungan dengan perusahaan.

Kelima, peningkatan penjualan. Konsumen akan menyukai produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan yang konsisten atau mempunyai reputasi baik dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya. Kreteria produk yang ramah lingkungan menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli barang.

Keenam, insentif-insentif lainnya seperti insentif pajak dan berbagai perlakuan khusus lainnya. Hal ini perlu dipikirkan guna mendorong perusahaan agar lebih giat lagi menjalankan tanggung jawab sosialnya.

Zhegal & Ahmed (1990) dalam Angraini (2006:5-6) mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan pelaporan sosial perusahaan, yaitu sebagai berikut:

1. Lingkungan, meliputi pengendalian terhadap polusi, pencegahan atau perbaikan terhadap kerusakan lingkungan, konservasi alam, dan pengungkapan lain yang berkaitan dengan lingkungan.
2. Energi, meliputi konservasi energi, efisiensi energi, dan lain-lain.
3. Praktik bisnis yang wajar, meliputi, pemberdayaan terhadap minoritas dan perempuan, dukungan terhadap usaha minoritas, tanggung jawab sosial.
4. Sumber daya manusia, meliputi aktivitas di dalam suatu komunitas, dalam kaitan dengan pelayanan kesehatan, pendidikan dan seni.
5. Produk, meliputi keamanan, pengurangan polusi, dan lain - lain.

Pertanggungjawaban sosial perusahaan diungkapkan di dalam laporan yang disebut *Sustainability Reporting*. *Sustainability Reporting* adalah pelaporan mengenai kebijakan ekonomi, lingkungan dan sosial, pengaruh dan kinerja organisasi dan produknya di dalam konteks pembangunan berkelanjutan (*sustainable development*). Disamping itu pengungkapan informasi pertanggungjawaban sosial (CSR) dapat diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Gray et al (1995; 50-56), merangkum berbagai teori yang dipergunakan oleh para peneliti untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan CSR yang dibagi ke dalam tiga grup, yaitu :

- a. *Decision-Usefulness Studies*, Perusahaan mengemukakan informasi sosial dan lingkungan karena informasi tersebut dibutuhkan oleh para *users* (*shareholder* dan kreditur) untuk pengambilan keputusan investasi.
- b. *Economic Theory Studie*, Pada kelompok ini, tindakan CSR terutama termotivasi oleh kekhawatiran terhadap kegagalan pasar seperti ketidakadilan/kecurangan, kecenderungan anti demo, informasi asimetris, dan faktor-faktor eksternal sehingga CSR digunakan sebagai alat pertahanan/perlawanan terhadap hal tersebut. Gray juga mengaitkan hal-hal tersebut dengan *agency theory* dan *positive accounting theory*.
- c. *Social and Political Theory Studies*, Teori-teori yang termasuk grup ini adalah *Stakeholder Theory*, *Legitimacy Theory*, dan *Political Economic Theory*. Teori ini mencoba menjelaskan bahwa perusahaan mengungkapkan pertanggungjawaban sosial dan lingkungan bukan hanya karena kepentingan ekonomis perusahaan saja tetapi juga dikarenakan adanya tekanan dari pekerja, konsumen, aktivitas lingkungan, dan sebagainya. Perubahan dalam masyarakat telah mengubah prioritas, dan dampak sosial perusahaan menjadi penting bagi masyarakat.

Earning Management

Fischer dan Rosenzweig (1995) dalam Gumanti (2000:107) mendefinisikan *earning management* sebagai tindakan seorang manajer dengan menyajikan laporan yang menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari unit usaha yang menjadi tanggung jawabnya, tanpa menimbulkan kenaikan (penurunan) profitabilitas ekonomi unit tersebut dalam jangka panjang. Watts dan Zimmerman (1990:138-139) mengusulkan tiga hipotesis yang dapat dijadikan dasar pemahaman tindakan manajemen laba yaitu sebagai berikut. (1) Hipotesis Program Bonus (*Bonus Plan Hypotesis*). Hipotesis ini menyatakan bahwa manajer pada perusahaan yang menerapkan program bonus lebih cenderung untuk menggunakan metode atau prosedur-prosedur akuntansi yang akan menaikkan laba saat ini dengan memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan. (2) Hipotesis Perjanjian Utang (*Debt Covenant Hypotesis*). Hipotesis ini menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio *debt to equity* besar atau menghadapi kesulitan utang, maka manajer perusahaan akan cenderung menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan laba. (3) Hipotesis Kos Politis (*Political Cost Hypotesis*). Hipotesis ini menyatakan bahwa semakin besar biaya politik yang dihadapi suatu perusahaan maka manajer cenderung untuk menangguhkan laba berjalan ke masa yang akan datang. Biaya politik muncul sebagai akibat dari profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen.

Corporate Governance

Corporate governance muncul karena terjadi pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian perusahaan, atau sering kali dikenal dengan istilah masalah keagenan. Permasalahan keagenan dalam hubungannya antara pemilik modal dengan manajer adalah bagaimana sulitnya pemilik dalam memastikan bahwa dana yang ditanamkan tidak diambil alih atau diinvestasikan pada proyek yang tidak menguntungkan sehingga tidak mendatangkan *return*. *Corporate governance* diperlukan untuk mengurangi permasalahan keagenan antara pemilik dan manajer. Adanya pemisahan kepemilikan oleh *principal* dengan pengendalian oleh *agent* dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan diantara *principal* dengan *agent*. Watts dan Zimmerman (1990:132) menyatakan bahwa laporan keuangan yang dibuat dengan angka-angka akuntansi diharapkan dapat meminimalkan konflik diantara pihak-pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan yang dilaporkan oleh *agent* sebagai pertanggungjawaban kinerjanya, dengan itu *principal* dapat menilai, mengukur, dan mengawasi sampai sejauh mana *agent* tersebut bekerja untuk meningkatkan kesejahteraannya, serta memberikan kompensasi kepada *agent*.

Laporan keuangan digunakan *principal* untuk memberikan kompensasi kepada *agent* dengan harapan dapat mengurangi konflik keagenan ternyata dapat dimanfaatkan oleh *agent* untuk mendapatkan keuntungan yang lebih besar. Akuntansi akrual yang dicatat dengan basis akrual (*accrual basis*) merupakan subjek *managerial discretion*, karena fleksibilitas yang diberikan oleh GAAP memberikan dorongan kepada manajer untuk memodifikasi laporan keuangan agar dapat menghasilkan laporan laba seperti yang diinginkan, meskipun menciptakan distorsi dalam pelaporan laba (Watts dan Zimmerman, 1986). Salah satu cara yang diharapkan dapat digunakan untuk mengontrol biaya keagenan yaitu dengan menerapkan tata kelola perusahaan yang baik (*good corporate governance*). Dalam *Good Corporate Governance* terdapat lima prinsip yang dianggap positif bagi pengelolaan sebuah perusahaan yaitu keterbukaan, akuntabilitas, tanggung jawab, independensi, dan kewajaran.

METODE PENELITIAN

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial (CSR), tetapi dalam penelitian ini faktor-faktor yang akan digunakan adalah *Earning Management*, Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Komisaris, dan Komite Audit. Maksud penelitian ini adalah untuk mengukur dan menguji secara empirik variabel-variabel yang telah disebutkan di atas terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial di dalam laporan tahunan perusahaan periode 2008. Adapun yang menjadi ruang lingkup penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI).

Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang tercatat (*Go Public*) di Bursa Efek Indonesia (BEI) untuk tahun 2008. Perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI digunakan sebagai populasi, karena perusahaan tersebut memiliki kontribusi yang besar dalam memunculkan masalah-masalah sosial seperti polusi, keamanan produk dan tenaga kerja. Perusahaan-perusahaan yang tergabung dalam kelompok manufaktur merupakan komponen dalam menghitung Indeks Industri Manufaktur (Industri Pengolahan) yang merupakan gabungan dari saham-saham yang terklasifikasikan dalam sektor industri dasar dan kimia, aneka industri dan industri barang konsumsi (Buku Panduan Indeks Harga Saham Bursa Efek Indonesia:5).

Penentuan sampel yang digunakan berdasarkan teknik *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut : 1. Perusahaan termasuk dalam kelompok manufaktur dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia. 2. Perusahaan memiliki dan mengungkapkan semua data yang dibutuhkan di dalam laporan tahunan perusahaan periode 2008. Pemilihan tahun 2008 dengan asumsi krisis akibat *subprime mortgage* yang mulai terlihat pada tahun 2007 telah dapat direspon dengan lebih baik pada tahun 2008.

Model Penelitian

Bentuk matematis model penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + e$$

Y = Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

X₁ = *Earning Management*

X₂ = Kepemilikan Manajerial

X₃ = Kepemilikan Institusional

X₄ = Ukuran Dewan Komisaris

X₅ = Komposisi Dewan Komisaris

X₆ = Komite Audit

X₇ = Profile Perusahaan (variabel kontrol), 1 jika *high profile*
0 jika *low profile*

e = faktor pengganggu

Pengungkapan Pertanggungjawaban Sosial (CSR)

Penelitian ini menggunakan teknik *content analysis* digunakan untuk mengukur pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. *Content analysis* adalah suatu metode pengkodifikasi teks dari ciri-ciri yang sama untuk ditulis dalam berbagai kelompok (kategori) tergantung pada kriteria yang ditentukan (Sembiring 2005:383). Apabila item

informasi tidak ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 0, dan jika item informasi yang ditentukan ada dalam laporan tahunan maka diberi skor 1. Pada penelitian ini item-item CSR menggunakan indikator yang dikeluarkan oleh Global Reporting Initiatives (GRI) yang berjumlah 79 item dimana merupakan standar yang banyak digunakan oleh banyak perusahaan di dunia. Indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility Index*) adalah penjumlahan dari seluruh item-item CSR berdasarkan GRI yang diungkapkan di dalam laporan tahunan perusahaan dibagi dengan total item keseluruhan (Haniffa dalam Sayekti, 2007)

Earning Management

Manajemen laba dalam penelitian ini diukur dengan *proxy discretionary accruals* (DA) dimana menggunakan *The Modified Jones Model* sama dengan yang digunakan Handjani (2009). Model ini dipilih karena dapat mendeteksi manajemen laba lebih baik dibandingkan dengan model-model lainnya. Perusahaan dianggap tidak melakukan manajemen laba apabila DA bernilai 0.

Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional adalah jumlah saham yang dimiliki oleh suatu institusi dalam sebuah perusahaan. Institusi disini merupakan pemilik saham yang berbentuk lembaga. Pada penelitian ini diukur dengan menggunakan indikator persentase jumlah saham yang dimiliki institusi dari seluruh modal saham yang beredar (Murwaningsari, 2009:36).

Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial adalah jumlah kepemilikan saham oleh pihak manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang dikelola. Manajemen di sini merupakan pemilik saham dari dalam perusahaan pada tingkat manajerial. Alat ukur yang digunakan untuk kepemilikan manajerial sesuai dengan yang digunakan Anggraini (2006:9) dan Murwaningsari (2009:36) yaitu persentase saham yang dimiliki manajemen dari seluruh modal saham perusahaan yang beredar.

Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris yang dimaksud di sini adalah banyaknya jumlah anggota dewan komisaris dalam suatu perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang diinginkan dalam penelitian ini adalah konsisten dengan Beasley (2001:15) dan Sembiring (2005:383) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris yang dimiliki perusahaan.

Komposisi Dewan Komisaris

Komisaris independen adalah anggota dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan. Komposisi dewan komisaris ini diukur dengan menggunakan indikator persentase anggota dewan komisaris yang independen terhadap total seluruh anggota dewan komisaris, sama dengan penelitian Handjani (2009:11).

Komite Audit

Keberadaan komite audit merupakan salah satu kriteria penerapan GCG. Variabel ini diukur dengan melihat jumlah anggota komite audit yang dimiliki perusahaan.

Profile (Variabel Kontrol)

Penelitian ini yang hanya fokus untuk perusahaan manufaktur. Tipe perusahaan diukur dengan menggunakan variabel dummy dengan memberikan nilai 1 untuk perusahaan *high profile* dan 0 untuk perusahaan *low profile*.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS versi 18. Metode ini digunakan untuk mengukur pengaruh *Earning Management* dan *Mekanisme Corporate Governance* (Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Komposisi Dewan Komisaris, Ukuran Dewan Komisaris, dan Komite Audit) terhadap Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial baik secara parsial maupun simultan. Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik (uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi) dan pengujian pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Populasi perusahaan manufaktur yang berada di Bursa Efek Indonesia (BEI) sebanyak 139 perusahaan terdiri dari sektor industri dasar dan kimia sebanyak 58 perusahaan, sektor aneka industri 46 perusahaan, dan sektor industri barang konsumsi 35 perusahaan (IDX Fact Book 2009 : 25-28). Data populasi tersebut tidak dapat sepenuhnya digunakan oleh peneliti dikarenakan terdapat 6 perusahaan yang menyajikan laporan keuangannya dalam mata uang dollar dimana nilai ini tidak seragam dengan rupiah yang akan menjadi kendala dalam perhitungan nilai yang berlandaskan mata uang seperti dalam penentuan nilai DA dan ukuran perusahaan. Selain itu terdapat 44 perusahaan dimana informasi yang dibutuhkan tidak dapat diperoleh baik itu dikarenakan data yang ada tidak lengkap ataupun memang tidak disajikan oleh perusahaan yang bersangkutan. Oleh karena itu data tersisa yang dapat digunakan sebanyak 89 perusahaan.

Pengujian Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan uji yang bertujuan untuk melihat apakah variabel-variabel independen dalam persamaan regresi linear berganda mempunyai korelasi yang erat satu sama lainnya. Pada penelitian ini, cara yang digunakan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas yaitu dengan mendasarkan pada nilai tolerance dan VIF. Berdasarkan Tabel. 1 maka dapat diketahui bahwa antara variabel variabel independen tidak terdapat gangguan multikolinearitas ini ditunjukkan dengan nilai VIF dan *tolerance* yang masing-masing berkisar di angka 1.

Tabel 1. Uji Multikolinearitas

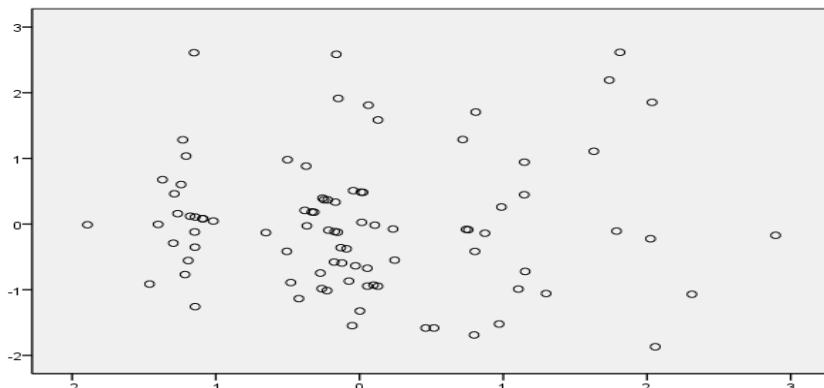
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Earning Management (X1)	0.957	1.045	Non Multikolinearitas
Kepemilikan Manajerial (X2)	0.727	1.376	Non Multikolinearitas
Kepemilikan Institusional (X3)	0.745	1.342	Non Multikolinearitas
Ukuran Dewan Komisaris (X4)	0.882	1.134	Non Multikolinearitas
Komposisi Dewan Komisaris (X5)	0.983	1.018	Non Multikolinearitas
Komite Audit (X6)	0.930	1.076	Non Multikolinearitas
Profile (X7)	0.985	1.015	Non Multikolinearitas

Sumber : data yang diolah

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat dilihat dengan melakukan pengujian terhadap semua data yang digunakan dengan uji grafik *scatterplot*. Pengujian pada penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat jarak kuadrat titik-titik sebaran terhadap garis regresi. Untuk mendeteksi gejala heteroskedastisitas dalam persamaan regresi digunakan metode grafik dengan menggunakan plot pada regresi.

Metode grafik dengan menggunakan *Zpred* dan *Sresid* untuk melihat apakah titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, jika terjadi hal tersebut maka telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar sembarang diatas dan dibawah angka nol maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Dari hasil uji maka dapat disimpulkan data yang digunakan terhindar dari gangguan heteroskedastisitas.

Gambar 1. Scatterplot

Sumber : data yang diolah

Pengujian Pengaruh Secara Bersama-sama Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Tujuan dari pengujian secara bersama-sama ini adalah untuk menentukan apakah variabel-variabel independen secara keseluruhan berpengaruh terhadap variabel dependen. Melihat tabel hasil uji simultan diperoleh nilai F hitung sebesar 2,519 dengan tingkat signifikansi 0,021 sehingga dengan α (alfa) 0,05, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel-variabel independen *earning management*, kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, ukuran dewan komisaris, komposisi dewan komisaris, komite audit, dan profile secara serempak berpengaruh terhadap variabel dependen CSRI.

Tabel 2. Pengujian Simultan

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	.058	7	.008	2.519	.021 ^a
Residual	.265	81	.003		
Total	.322	88			

Sumber : data yang diolah

Pengujian Pengaruh Secara Parsial Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat

Uji t digunakan untuk menentukan signifikansi tidaknya suatu variabel bebas dalam mempengaruhi variabel tidak bebas. Dari Tabel. 3 dapat dilihat hasil uji t ternyata variabel *earning management*, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris, dan komite audit tidak signifikan sedangkan variabel ukuran dewan komisaris dan profile signifikan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa besarnya ukuran dewan komisaris mempengaruhi besarnya pengungkapan CSR dan terdapat perbedaan yang signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial antara perusahaan yang tergolong *high profile* dengan perusahaan yang tergolong *low profile*.

Variabel *earning management* pada penelitian ini tidak dapat menjelaskan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai t pada variabel *earning management* sebesar 0,514 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,655. Dengan tingkat signifikansi 0,514 lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Ini berarti *earning management* secara statistik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, tidak sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan.

Nilai t pada variabel kepemilikan manajerial sebesar -0,153 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,879 dimana lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Ini berarti kepemilikan manajerial secara statistik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga tidak sesuai dengan hipotesa yang dikemukakan.

Pada variabel kepemilikan institusional juga tidak dapat menjelaskan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai t pada variabel kepemilikan institusional sebesar 0,324 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,747. Dengan tingkat signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$, ini berarti kepemilikan institusional secara statistik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, tidak sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan.

Variabel ukuran dewan komisaris dapat menjelaskan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai t yang diperoleh pada variabel ini sebesar 3,097, sedangkan nilai signifikansi t sebesar 0,003. Ini berarti ukuran dewan komisaris secara statistik mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial, sesuai dengan hipotesa yang dikemukakan.

Kondisi yang sama juga terjadi pada variabel komposisi independen dewan komisaris, dimana variabel ini tidak dapat menjelaskan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial. Nilai t pada variabel komposisi independen dewan komisaris sebesar 1,700 dan nilai signifikansi t sebesar 0,093 dimana lebih besar dari $\alpha = 0,05$. Ini berarti komposisi independen dewan komisaris secara statistik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial.

Variabel komite audit tidak dapat menjelaskan variabel pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel ini memiliki nilai t sebesar -0,408 dengan nilai signifikansi t sebesar

0,684. Ini berarti komite audit secara statistik tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga bertolak belakang dengan hipotesa yang dikemukakan.

Variabel dummy profile mempunyai nilai t sebesar 2,041 dengan nilai signifikansi t sebesar 0,045. Nilai signifikansi t lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ sehingga dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial antara perusahaan *high profile* dengan *low profile*.

Tabel 3. Pengujian Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	.022	.056		.391	.697
<i>Earning Management</i> (X1)	.046	.071	.067	.655	.514
Kepemilikan Manajerial (X2)	.0001	.001	-.018	-.153	.879
Kepemilikan Institusional (X3)	.0001	.000	.038	.324	.747
Ukuran Dewan Komisaris (X4)	.011	.004	.332	3.097	.003
Komposisi Dewan Komisaris (X5)	.093	.055	.173	1.700	.093
Komite Audit (X6)	-.006	.014	-.043	-.408	.684
Profile (X7)	.025	.012	.207	2.041	.045

Sumber : data yang diolah

Berdasarkan regresi di atas, maka dapat dibuat persamaan sebagai berikut :

$$Y = 0,022 + 0,046X1 + 0,0001X2 + 0,0001X3 + 0,011X4 + 0,093X5 - 0,006X6 + 0,025X7$$

Keofisien Determinasi

Nilai R^2 menunjukkan seberapa besar variabel-variabel penjelas mempengaruhi variable tidak bebas. Semakin tinggi nilai R^2 maka semakin besar proporsi variable independen mempengaruhi variable dependen. Nilai R^2 pada tabel menunjukan angka sebesar 0,179, artinya 17,9% dari variasi variabel dependen dapat dijelaskan oleh variabel independen yang disajikan sedangkan sisanya 82,1% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk di dalam model penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa masih ada faktor-faktor lain di luar faktor *earning management*, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris, ukuran dewan komisaris, komite audit, dan *profile* yang berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.423 ^a	.179	.108	.0571576060

Analisis Pengaruh *Earning Management* Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi *earning management* (X1) sebesar 0,514 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa *earning management* (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y). Hasil ini tidak sejalan penelitian yang dilakukan Prior (2007) dimana dinyatakan pengungkapan CSR yang dilakukan oleh pihak manajemen yang melakukan *earning management* adalah untuk alasan strategis dalam upaya untuk menjaga hubungan dengan para stakeholder. Adanya kegiatan pengungkapan CSR ini

memberikan kesempatan oleh pihak manajemen untuk dijadikan tameng atas tindakan-tindakan yang dilakukannya. Penelitian lain yang mendukung hasil Prior yaitu, Handjani *et al* (2009) dan Gargouri *et al* (2010). Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan Mohamad (2010) tidak menemukan pengaruh yang signifikan antara CSR dengan *earning management*.

Basamalah (2005:110) diungkapkan alasan-alasan dalam melakukan pengungkapan CSR yang telah diidentifikasi di beberapa literatur yaitu untuk memenuhi peraturan yang berlaku, untuk memperoleh keunggulan kompetitif, untuk memenuhi persyaratan pinjaman dan harapan masyarakat, untuk mengendalikan kekuatan *stakeholders*, untuk melegitimasi perusahaan, dan untuk menarik dana investasi. Basamalah sendiri menemukan bahwa di Indonesia pengungkapan CSR meningkat menyertai meningkatnya ancaman yang timbul terhadap perusahaan dan untuk bertahan hidup.

Menurut Sukarmi (2008:9-10) kegiatan CSR masih baru di kalangan pelaku usaha nasional dimana baru dimulai beberapa tahun belakangan. Dalam perkembangannya terdapat pro dan kontra atau pandangan yang beragam terhadap kegiatan CSR terutama sejak keluarnya peraturan mengenai CSR yang mendorong pengungkapan CSR. Sedangkan menurut CSR Indonesia (2008:7) pengungkapan CSR di Indonesia bersifat pengiklanan diri dan adanya penghargaan-penghargaan yang berkaitan dengan CSR dapat meningkatkan pengungkapan CSR perusahaan. Sehingga yang melatar belakangi pengungkapan CSR belum berdasarkan strategi pertahanan managerial dalam kaitannya dengan *earning management*, oleh karena itu hipotesis yang pertama tidak dapat diterima.

Analisis Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi kepemilikan manajerial (X2) sebesar 0,879 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial (X2) tidak berpengaruh signifikan pengungkapan CSR (Y). Hasil ini konsisten dengan penelitian yang dilakukan Said *et al*. (2009) yang membuktikan kepemilikan saham oleh manajemen tidak mempengaruhi pengungkapan CSR. Hal ini dimungkinkan karena secara statistik rata-rata jumlah kepemilikan saham manajerial pada perusahaan di Indonesia relatif kecil sehingga belum terdapat keselarasan kepentingan antara pemilik dan manajer. Dari data yang diperoleh rata-rata kepemilikan managerial hanya sebesar 2,59%. Adanya kepemilikan manajerial yang relatif kecil menyebabkan manajer belum dapat memaksimalkan nilai perusahaan melalui pengungkapan CSR. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menolak hipotesis kedua.

Analisis Pengaruh Kepemilikan Institusional Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi kepemilikan institusional (X3) sebesar 0,747 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa kepemilikan institusional (X3) tidak berpengaruh signifikan pengungkapan CSR (Y). Hasil yang diperoleh penelitian ini menunjukkan bahwa kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR. Hasil ini sejalan dengan penelitian Barnae dan Rubin (2006) dan Handjani *et al* (2009). Kondisi seperti ini mencerminkan kepemilikan institusi di Indonesia belum mempertimbangkan tanggung jawab sosial sebagai salah satu kriteria dalam melakukan investasi sehingga para investor institusi ini cenderung tidak menekan perusahaan untuk mengungkapkan CSR secara detail dalam laporan tahunan perusahaan. Bahkan terkadang investor institusional hanya memfokuskan untuk memaksimalkan keuntungan saja tanpa mempedulikan tanggung jawab sosial perusahaan. Menurut Handjani *et al* (2009:15), investor

institutional jenis ini biasanya investasinya hanya bersifat jangka pendek karena investor institusional dengan perspektif jangka panjang cenderung mempertimbangkan tanggung jawab sosial yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian ini menolak hipotesis ketiga.

Analisis Pengaruh Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi ukuran dewan komisaris (X4) sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa ukuran dewan komisaris (X4) berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan hipotesis yang dibuat sehingga hipotesis kelima diterima. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian Sembiring (2005) tetapi bertentangan terhadap hasil penelitian Matoussi dan Chakroun (2008) yang menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris tidak mempengaruhi luas pengungkapan sukarela.

Analisis Pengaruh Komposisi Dewan Komisaris Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi komposisi independence dewan komisaris (X5) sebesar 0,093 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa komposisi independence dewan komisaris (X5) tidak signifikan mempengaruhi pengungkapan CSR (Y). Hasil ini dimungkinkan karena kompetensi dan integritas komisaris yang lemah, serta ditambah lagi dengan budaya orang Indonesia yang relatif sungkan dalam memberikan kritik kepada pihak lain. Menurut Amirudin (2004) kehadiran komisaris independen hanya sekedar simbol atau hiasan belaka. Pengangkatan komisaris independen dilakukan hanya untuk pemenuhan regulasi semata tapi tidak ditujukan untuk terciptanya penguatan *Good Corporate Governance*. Di samping itu, menurut Siregar (2006:322) ketentuan minimum dewan komisaris independen sebesar 30% mungkin belum cukup tinggi untuk menyebabkan para komisaris independen tersebut dapat mendominasi kebijakan yang diambil oleh dewan komisaris. Jika pihak komisaris independen merupakan pihak yang mayoritas maka mungkin dapat lebih efektif dalam menjalankan perannya. Oleh karena itu fungsinya sebagai pihak yang bertindak independen dan semata-mata untuk kepentingan perusahaan tidak berjalan dengan baik, yang dapat berdampak pada kurangnya dorongan terhadap manajemen untuk melakukan pengungkapan sosial. Hasil ini serupa dengan penelitian Handjani (2009).

Analisis Pengaruh Komite Audit Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi komite audit (X6) sebesar 0,684 lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa komite audit (X6) tidak signifikan mempengaruhi pengungkapan CSR (Y). Dari hasil ini dapat dikatakan bahwa ukuran komite audit kurang mampu menunjang pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Hasil ini tidak sesuai dengan hipotesis yang dibuat sehingga hipotesis keenam ditolak karena seharusnya pengungkapan tanggung jawab sosial akan meningkat bila ukuran komite meningkat.

Menurut Sommer (1991) dalam Manao (1996:17) berpandangan bahwa komite audit di banyak perusahaan masih belum melakukan tugasnya dengan baik. Banyak komite audit yang hanya sekedar melakukan tugas-tugas rutin, seperti review laporan dan seleksi auditor eksternal, dan tidak mempertanyakan secara kritis dan menganalisis secara dalam kondisi pengendalian dan pelaksanaan tanggung jawab oleh manajemen. Penyebabnya diduga bukan saja karena banyak dari antara mereka tidak memiliki kompetensi dan independensi yang memadai, tetapi juga karena banyak yang belum memahami peran

pokoknya. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ho (2001) dan Handjani (2009).

Analisis Pengaruh Profile Perusahaan Terhadap Pengungkapan CSR

Nilai signifikansi profile perusahaan (X_7) sebesar 0,045 lebih kecil dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa profile perusahaan (X_7) signifikan mempengaruhi pengungkapan CSR (Y). Ini berarti terdapat perbedaan dalam pengungkapan CSR antara perusahaan yang *high profile* dengan yang *low profile*. Dengan nilai t positif sebesar 2,041 memiliki makna bahwa perusahaan yang *high profile* lebih banyak dalam mengungkapkan CSR dibandingkan dengan *low profile*. Hasil ini mendukung hasil penelitian sebelumnya seperti Hackston dan Milne (1996), Utomo (2000), Kokubu *et. al.*, (2001), Henny dan Murtanto (2001), Hasibuan (2001) dan Gray *et. al.*, (2001) dalam Sembiring (2005:386-387) yang menyatakan bahwa profile berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan tetapi penelitian ini bertolak belakang dengan hasil yang diperoleh Murwaningsari (2009) dimana pengaruh profile terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial tidak signifikan.

PENUTUP

Hasil pengujian hipotesis secara parsial diketahui bahwa variabel independen ukuran dewan komisaris dan profile memiliki pengaruh signifikan terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Ini berarti bahwa semakin besar ukuran dewan komisaris maka semakin besar pengungkapan CSR dan terdapat perbedaan yang signifikan pada pengungkapan tanggung jawab sosial antara perusahaan yang tergolong *high profile* dengan perusahaan yang tergolong *low profile*, sedangkan *earning management*, kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris, komite audit, dan kepemilikan institusional tidak signifikan. Perlunya sosialisasi pelaksanaan tanggung jawab sosial bagi perusahaan dan perlu adanya pengawasan antara pelaksanaan tanggung jawab sosial dan pengungkapan tanggung jawab sosial agar tidak ada penyalahgunaan dan tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Fr. Reni. Retno, 2006, Pengungkapan Informasi Sosial dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Informasi Sosial dalam Laporan Keuangan Tahunan (Studi Empiris pada Perusahaan-Perusahaan yang terdaftar Bursa Efek Jakarta), Simposium Nasional Akuntansi 9 Padang 23-26 Agustus.
- Barnea, Amir & Amir Rubin. 2006. "Corporate Social Responsibility as a Conflict between Shareholders". Paper presented to EFA 2006 Zurich Meeting, Swiss, Europe.
- Basamalah, Anies S., and Johnny Jermias, 2005, Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia: Maintaining Organizational Legitimacy?, *Gadjah Mada International Journal of Business*, January-April 2005, Vol. 7, No. 1, pp. 109 – 127.
- Beasley, Mark, 2001, The Relationship Between Board Characteristics and Voluntary Improvements in Audit Committee Composition and Experience, *Contemporary Accounting Research*, Winter, Vol. 18 No. 4 pp 545-570.

Buku Panduan Indeks Harga Saham Bursa Efek Indonesia, 2008, Desember, Jakarta.

Chih, Hsiang-Lin, Chung-Hua Shen, and Feng-Ching Kang, 2008, Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence, *Journal of Business Ethics* 79:179–198

CSR Indonesia, 2008, Mewaspadai Pengelabuan Citra, *CSR Indonesia Newsletter, Vol. 2 Minggu 20*, <http://www.csrindonesia.com/data/articles/20080522093444-a.pdf>

Gargouri, Rim Makni, Claude Francoeur, and Ridha Shabou, 2010, The Relationship between Corporate Social Performance and Earnings Management.

Gray, Rob, Reza Kouhy & Simon Lavers, 1995, Corporate Social and Environmental Reporting: A Review of The Literature and a Longitudinal Study of UK Disclosure; *Accounting, Auditing, and Accountability Journal* Vol. 8 No.2 p. 47-77.

Gumanti, Tatang Ary, 2000, Earning Mangement Suatu Telaah Pustaka, *Jurnal Akuntansi & Keuangan* Vol. 2, No. 2, Nopember : 104 – 115.

Handajani, Lilik, Sutrisno dan Grahita Chandrarin, 2009, The Effect of Earnings Management And Corporate Governance Mechanism to Corporate Social Responsibility Disclosure : Study at Public Companies in Indonesia Stock Exchange, Simposium Nasional Akuntansi XII Universitas Sriwijaya Palembang 04-06 November.

Ho, Simon S. M. and Kar Shun Wong, 2001, A study of the relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure, *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, Volume 10, Issue 2, Summer 2001, pp. 139-156

IDX Fact Book 2009

Kurihama, Ryuuchiro. 2005, Corporate Social Responsibility, Corporate Governance and Auditing in Japan, Asia in Extenso, mars publication de recherche en ligne / an on line research publication www.iae.univ-poitiers.fr.

Manao, Hekinus : “Peranan Komite Audit dalam Pengelolaan Perusahaan : Ulasan Historis, Teori, Praktik dan Perspektif”, Profesi Akuntan Indonesia Menuju Milenium Baru, Prosiding KNA Ke-3 , Ikatan Akuntan Indonesia, 1996.

Mohamad, Nor Raihan, Shamsul Nahar Abdullah, Mohd Zulkifli Mokhtar, dan Nik Fuad Nik Kamil, The Effects Of Board Independence, Board Diversity and Corporate Social Responsibility On Earnings Management, Finance and Corporate Governance Conference 2011 Paper

Murwaningsari, Etty, 2009, Hubungan Corporate Governance, Corporate Social Responsibilities dan Corporate Financial Performance Dalam Satu Continuum, *Jurnal Akuntansi dan Keuangan* Vol. 11 No. 1.

Prior, Diego, Jordi Surroca dan Josep A. Tribo, 2007, Earnings Management and Corporate Social Responsibility, Working Paper 06-23 *Business Economics Series* 06, September.

Sayekti, Yosefa, Ludovicius Sensi Wondabio, 2007, Pengaruh CSR Disclosure Terhadap Earning Response Coefficient, Simposium Nasional Akuntansi X Unhas Unhas Makassar 26-28 Juli.

Sembiring, Eddy Rismanda, 2005, Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang Tercatat di Bursa Efek Jakarta, Simposium Nasional Akuntansi VIII Solo, 15 – 16 September.

Sukarmi, 2008, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (Corporate Social Responsibility) dan Iklim Penanaman Modal di Indonesia, *Jurnal Legislasi Indonesia*, Vol.5 No.2

Watts, Ross L., and Jerold L. Zimmerman, 1990, *The Accounting Review* Volume 65 No.1, Januari.