LAPORAN AKHIR PENELITIAN

ANALISIS SENSITIFITAS INFORMASI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN TIPE INDUSTRI PADA KEINFORMATIFAN LABA BERDASARKAN PERSEPSI INVESTOR

OLEH:

Nur Anissa, SE, MSi, Ak./0604037302 (Ketua)

Indira Shinta Dewi, SE.MM.Ak. (Anggota)

Nia Tresnawaty, SE.M.Ak. (Anggota)

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA

JANUARI 2019

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul : Analisis Sensitifitas Informasi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Tipe Industri pada Keinformatifan Laba Berdasarkan Persepsi Investor
2. Bidangllmu : Akuntansi
3. Ketua Tim Pengusul :
   a. Nama : Nur Anissa, SE.,MSi.,Ak.
   b. NIK : 05.U03.03.15.00140
   c. Jabatan/Golongan : Asisten Ahli/III-B
   e. Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Akuntansi
   d. Perguruan Tinggi : Universitas Satya Negara Indonesia
   f. Bidang Keahlian : Akuntansi
   g. Alamat Kantor : Jl. Arteri Pondok Indah No.11 Jakarta Selatan
   h. Alamat Rumah : Jl. Nangka 6 Blok G4/14 Pamulang

   Anggota Tim Pengusul :
   Jumlah Anggota : 2
   Nama Anggota 1/Bidang Keahlian : Indira Shinta Dewi, SE.,MM.,Ak (Akuntansi)
   Nama Anggota 2/Bidang Keahlian : Nia Tresnawaty, SE.,M.Ak (Akuntansi)

4. Waktu Kegiatan : Oktober 2018 s/d Februari 2019
5. Biaya : a. USNI Rp. 3.500.000
   b. Dana Mandiri Rp. 5.610.000

Jakarta, Oktober 2018

Mengatahui,
Dekan FE-USNI

(Adolpino Nainggolan, SE.M.Ak)
NIK: 05.U03.11.05.00049

Ketua Tim Pengusul,

(Nur Anissa, SE.,MSi.,Ak.)
NIK: 05.U03.03.15.00140

Menyetujui,
Ketua LPPM USNI

(Dr. Armen Nainggolan, M.Si)
NIK: 05.U03.12.03.00056

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

RINGKASAN

Kontradiksi arah hubungan pengungkapan tanggung jawab social terhadap kualitas laporan keuangan berdasarkan perspektif investor baik secara teorities maupun hasil penelitian terdahulu memunculkan dugaan bahwa tidak semua perusahaan membutuhkan pengungkapan tanggung jawab social. Dengan adanya perhatian dari masyarakat, akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) yang lebih luas. Objek penelitian ini merupakan perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2015. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah berdasarkan metode *purposive sampling*. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti emperis tentang pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor dan mengetahui perbedaan pengaruh tipe industri pada hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial dengan keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor. Hasil analisis regresi berganda dengan sampel sebanyak 688 sampel data membuktikan bahwa variabel pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor. Sedangkan variabel tipe industri tidak berpengaruh terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor.

PRAKATA

Puji syukur kita panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan perlindunganNya sehingga penyusunan laporan hasil penelitian ini dapat kami selesaikan dengan baik. Laporan hasil penelitian ini disusun sesuai dengan topik yang sudah disetujui.

Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Satya Negara Indonesia (USNI) telah menugaskan kami untuk melaksanakan penelitian pada Semester Ganjil 2018/2019 ini dengan judul "ANALISIS SENSITIFITAS INFORMASI PENGUNGKAPAN TANGGUNG JAWAB SOSIAL DAN TIPE INDUSTRI PADA KEINFORMATIFAN LABA BERDASARKAN PERSEPSI INVESTOR". Penelitian ini kami laksanakan mulai bulan Oktober 2018 sampai dengan bulan Februari 2019 dan berjalan lancar sesuai dengan yang telah direncanakan.

Kami Tim Penelitian Dosen Tetap Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi USNI mengucapkan terimakasih kepada Pimpinan USNI, Pimpinan Fakultas Ekonomi, dan Kepala LPPM USNI, serta kepada semua pihak yang mendukung terlaksananya penelitian ini. Harapan kami semoga hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan pengetahuan dan pustaka yang bermanfaat bagi civitas akademika USNI.

Jakarta, 30 Januari 2019

Ketua Tim Penelitian

Nur Anissa, SE, MSi, Ak, CA.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN i
RINGKASAN ii
PRAKATA iii
DAFTAR ISI iv
DAFTAR TABEL v
DAFTAR GAMBAR vi

BAB I. PENDAHULUAN
1.1. Latar Belakang Masalah 1
1.2. Rumusan Masalah 2

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA
2.1. Tinjauan Pustaka 3
2.2. Kerangka Teorities 9
2.3. Model Penelitian 9
2.4. Hipotesis Konseptual 9

BAB III. TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN
3.1. Tujuan Penelitian 12
3.2. Manfaat Penelitian 12

BAB IV. METODE PENELITIAN
4.1. Populasi dan Sampel 13
4.2. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 13
4.3. Metode Pengumpulan Data 16
4.4. Metode Analisis Data 16

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN
5.1. Populasi dan Sampel 21
5.2. Statistik Deskriptif 21
5.3. Hasil Uji Asumsi Klasik 22
5.4. Uji Fit Model (Uji Simultan) 27
5.5. Koefisien Determinasi 27
5.6. Uji Hipotesis 28
5.7. Pembahasan 29

BAB VI RENCANA DAN TAHAPAN BERIKUTNYA 31

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN
6.1. Kesimpulan 32
6.2. Saran 32

DAFTAR PUSTAKA 33

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Kategori dan Aspek dalam GRI *Sustainability Reporting* G4 …… 35
Tabel 5.1. Tahapan Pengambilan Sampel …… 21
Table 5.2. Statistik Deskriptif …….. 21
Table 5.3. One-Sample K-S Test ……. 24
Table 5.4. Hasil Uji Multikolinearitas ……. 25
Table 5.5. Model Summary ……. 25
Table 5.6. Uji Heteroskedastisitas ……... 26
Table 5.7. Analysis of Variance …….. 27
Table 5.8. Hasil Uji Hipotesis …….. 28

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 5.1. Normal P-P Plot …….. 23

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam teori legitimasi perusahaan dapat berkontribusi untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat yang sekaligus dapat mendukung keberlangsungan perusahaan (Haniffa & Cooke, 2005). Selanjutnya dalam perspektif teori *stakeholder*, fokus perusahaan bukan hanya pada pemilik (*stockholder*) tetapi kepada semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Efektivitas tanggung jawab dan pengelolaan seluruh pihak yang berkepentingan menjadi titik kritis keberhasilan perusahaan (Stueb dan Sun, 2015). Peran manajemen untuk menciptakan ekulibrium atas berbagai pihak yang berkepentingan karena adanya dua sudut pandang yang bertolak belakang, satu pihak berasumsi bahwa tanggung jawab sosial perusahaan penting tapi di lain pihak menganggap bahwa investasi *stakeholder* yang berperan menjaga eksistensi perusahaan bukan *stakeholder* lainnya, misal pelanggan (Harjoto dan Laksmana, 2018).

Pengungkapan tanggung jawab sosial lebih perusahaan merupakan langkah strategis manajemen (Basalamah dan Jerimias, 2005) untuk memperkuat citra positif atas pelaporan keuangan. Respon positif pasar atas pengungkapan sukarela ini menunjukkan bahwa pengungkapan ini memberi nilai tambah atas informasi keuangan yang disampaikan perusahaan. Namun demikian penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum kongklusif. Hoolbrook (2005) membuktikan bahwa perusahaan yang kurang mengungkap tanggung jawab sosial mempunyai ketidakpastian laba yang akan datang lebih besar dibanding perusahaan yang pengungkapannya lebih banyak, sehingga pengungkapan direspon positif oleh pasar. Calegari et.al. (2010) menemukan perusahaan yang lebih banyak mengungkap tanggung jawab social cenderung mempunyai laporan keuangan yang lebih berkualitas. Namun demikian hasil yang bertolak belakang didapat oleh Shahsanam dan Shamakhi (2016). Shahsanam dan Shamakhi (2016) mendokumentasikan hasil signifikan negatif hubungan antara pengungkapan tanggung jawab social dengan nilai absolud *earning forecast per share*.

Kontradiksi arah hubungan pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap kualitas laporan keuangan berdasarkan perspektif investor baik secara teorities maupun hasil penelitian terdahulu memunculkan dugaan bahwa tidak semua perusahaan membutuhkan pengungkapan tanggung jawab sosial. Boutin-Dufresne dan Sacaris

(2004) berpendapat bahwa perusahaan dalam industri tertentu mungkin lebih memiliki bertanggung jawab social merujuk pada sifat operasional perusahaan. Terdapat industri yang memang rentan terhadap informasi tanggung jawab sosial karena cenderung mendapatkan perhatian dari masyarakat dan pihak berkepentingan yang disebabkan aktivitas operasi perusahaan yang berhubungan langsung dengan masyarakat luas (Wang et al., 2013), sedangkan perusahaan yang termasuk dalam tipe industri low profile kurang mendapatkan perhatian dari masyarakat jika terjadi kesalahan pada aktivitas operasi perusahaan. Dengan adanya perhatian dari masyarakat, akan mendorong perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR yang lebih luas. Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mirfazli (2008) dan Wang et al. (2013) menunjukkan bahwa tipe industri berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Naser et al. (2002) dan Alsaeed (2006) menunjukkan bahwa tipe industri tidak berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat sejumlah rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan berpengaruh terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor?
2. Apakah tipe industri mempengaruhi hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor?

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1. Teori Legitimasi *(Legitimacy Theory)*

Teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat dimana organisasi tersebut berada merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat. *Legitimacy Theory* menganjurkan perusahaan untuk meyakinkan bahwa aktivitas dan kinerjanya dapat diterima oleh masyarakat. Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat (Ghozali & Chariri, 2007).

Oleh karena itu, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi kinerja lingkungan untuk mendapatkan reaksi positif dari masyarakat dan mendapatkan legitimasi atas usaha perusahaan. Perusahaan juga dapat menunjukkan akuntabilitasnya kepada masyarakat melalui pengungkapan tanggungjawab sosial untuk menjelaskan dampak sosial yang telah ditimbulkan oleh perusahaan. Adanya pengungkapan tanggungjawab sosial yang baik, maka diharapkan perusahaan akan mendapat legitimasi dari masyarakat sehingga dapat meningkatkan kinerja dan nilai perusahaan yang bertujuan untuk mencapai keuntungan perusahaan.

2.1.2. Teori *Stakeholder* (*Stakeholder Theory*)

Stakeholder merupakan pihak-pihak yang berkepentingan pada perusahaan yang dapat mempengaruhi atau dapat dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan (Freeman, 1984). Organisasi memiliki banyak *stakeholder* diantaranya karyawan, masyarakat, negara, *supplier*, pasar modal, pesaing, badan industri, pemerintah asing dan lain-lain. Teori ini menggambarkan bahwa perusahaan adalah sebuah entitas yang tidak dapat berdiri sendiri dan harus memberikan timbal balik bagi pemegang kepentingannya.

Stakeholder theory menyatakan bahwa organisasi akan mengungkapkan informasi tentang kinerja lingkungan, sosial, dan intelektual mereka untuk memenuhi ekspektasi *stakeholders*. Perusahaan harus menjaga hubungan baiknya

dengan para *stakeholder*, karena *stakeholder* dan perusahaan saling mempengaruhi dalam hubungan berbentuk responsibilitas dan akuntabilitas (Hill & Jones, 1992). *Stakeholder* perusahaan mengendalikan kinerja perusahaan dan dapat mengatur penggunaan sumber daya perusahaan, yang merupakan hal yang sangat penting bagi keberlangsungan perusahaan. Maka dari itu, hubungan dengan *stakeholders* harus dijaga dan dipertahankan. Pengungkapan CSR dapat memberikan informasi yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan di mata *stakeholder* dan dapat memuaskan kebutuhan komunitas (Hassan & Marston, 2010).

2.1.3. Teori Sinyal *(Signalling Theory)*

Signalling theory digunakan untuk menjelaskan bahwa pada dasarnya laporan keuangan dimanfaatkan perusahaan untuk memberi sinyal positif *(good news)* maupun negatif *(bad news)* kepada pemakainya. Manajemen selalu berusaha mempertimbangkan pengungkapan informasi – informasi privat yang diminati oleh investor dan pemegang saham, khususnya jika informasi tersebut merupakan berita baik *(good news)*. Manajemen juga berminat menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kredibilitas dan kesuksesan perusahaan meskipun informasi tersebut tidak diwajibkan.

Jika perusahaan secara sukarela mengungkapkan informasi lingkungan yang bernuansa positif, maka tindakannya dapat meminimalisasi resiko berkurangnya kemakmuran yang mungkin dihadapi perusahaan di masa mendatang. Suatu kejadian atau pesan dikatakan mengandung informasi, jika pesan tersebut menyebabkan perubahan keyakinan investor dan menimbulkan tindakan tertentu (misalnya perubahan harga atau volume saham di pasar modal), dimana tindakan tersebut diyakini karena adanya informasi dalam kejadian atau pesan tersebut, maka dapat dikatakan bahwa informasi tersebut bermanfaat. Pengungkapan tanggungjawab sosial dalam laporan tahunan diharapkan mampu dijadikan sinyal oleh perusahaan untuk menarik minat investor untuk menanamkan dana pada saham perusahaan (Suwardjono, 2010).

2.1.4. Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosialnya kepada masyarakat akan menghasilkan efek positif terhadap *image* perusahaan (Zairi dan Peters, 2002). Pengungkapan tanggungjawab sosial menyediakan informasi kepada publik terkait dengan aktivitas perusahaan dengan komunitas, lingkungan, karyawan, pelanggan, dan penggunaan energi oleh perusahaan (Said et al.,2009). Awuy et al. (2016) menyatakan bahwa publikasi pengungkapan tanggungjawab sosial menunjukkan komitmen perusahaan untuk meningkatkan transparansi mengenai kinerja perusahaan jangka panjang dan manajemen resiko. Laporan keuangan dengan pengungkapan CSR dan daya informasi akuntansi yang baik dan memberi keyakinan investor dalam menilai resiko dan *return* yang diharapkan.

Acuan pengungkapan yang umum digunakan adalah G4 *Sustainability Reporting Guidelines* yang merupakan standar yang ditetapkan oleh *Global Reporting Initiative* (GRI). *Sustainability Reporting* merupakan laporan yang diterbitkan oleh perusahaan mengenai dampak ekonomi, sosial dan lingkungan yang disebabkan oleh aktivitas perusahaan sehari-hari. Tujuan dari *sustainability reporting* ini adalah untuk meningkatkan transparansi mengenai performa perusahaan, memberikan ilmu bagi perusahaan untuk mengurangi penggunaan sumber daya alam, meningkatkan efisiensi, memperbaiki operasional perusahaan, dan mempersiapkan perusahaan agar terhindar dari risiko sosial dan lingkungan yang mungkin akan berdampak bagi finansial perusahaan (Ernst and Young, 2013).

GRI *Sustainability Reporting* G4 membagi pelaporan menjadi 3 kategori, yaitu ekonomi (EC), lingkungan (EN) dan sosial. Kategori sosial mempunyai sub-kategori, yaitu praktik tenaga kerja dan pekerjaan yang layak (LA), hak asasi manusia (HR), masyarakat (SO) dan tanggung jawab produk (PR). Total keseluruhan indikator dari GRI G4 ini berjumlah 91 indikator dengan pembagian kategori dan aspek yang dapat dilihat melalui tabel dibawah ini.

Tabel 2.1

Kategori dan Aspek dalam GRI *Sustainability Reporting* G4

Kategori	**Ekonomi**		**Lingkungan**	
Aspek	• Kinerja Ekonomi • Keberadaan dalam pasar • Dampak Ekonomi Tidak Langsung • Kegiatan Pembelian		• Material • Energi • Air • Biodiversitas • Emisi • Efluen dan Limbah • Produk dan Jasa • Kepatuhan • Transportasi • Keseluruhan • Penilaian Lingkungan Pemasok • Mekanisme Keluhan Lingkungan	
Kategori	**Sosial**			
Sub-Kategori	**Praktik Tenaga Kerja dan Pekerjaan yang Layak**	**Hak Asasi Manusia**	**Masyarakat**	**Tanggung Jawab Produk**
Aspek	• Pekerjaan • Hubungan Buruh/Manajemen • Kesehatan dan Keselamatan Kerja • Pelatihan dan Pendidikan • Diversitas dan Kesempatan yang Setara • Remunerasi Setara antara Pria dan Wanita • Penilaian Supplier atas Praktik Tenaga Kerja • Mekanisme Keluhan Praktik Tenaga Kerja	• Investasi • Non-diskriminasi • Kebebasan Berserikat dan Berkumpul • Pekerja Anak • Pekerja Paksa • Praktik Keamanan • Hak Kaum Pribumi • Penilaian • Penilaian Hak Asasi Manusia Pemasok • Mekanisme Keluhan Hak Asasi Manusia	• Komunitas Lokal • Anti Korupsi • Kebijakan Publik • Sikap Anti-Persaingan • Kepatuhan • Penilaian Dampak Masyarakat Supplier • Mekanisme Keluhan Dampak Masyarakat	• Kesehatan dan Keamanan Konsumen • Pemberian Label Produk dan Jasa • Komunikasi Pemasaran • Privasi Konsumen • Kepatuhan

Sumber: www.globalreporting.org

2.1.5. Tipe Industri

Terdapat dua karakteristik dalam tipe industri, yaitu industri yang *high profile* dan industri yang *low profile*. Perusahaan yang termasuk dalam karakteristik tipe industri *high profile* adalah perusahaan yang memiliki tingkat resiko politik yang tinggi, tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan dan tingkat kompetisi yang kuat (Roberts, 1992).

Perusahaan dengan tipe industri high profile memiliki beberapa sifat seperti memiliki jumlah tenaga kerja yang besar dan dalam proses produksinya juga menghasilkan limbah dan polusi. Perusahaan yang dapat diklasifikasikan sebagai *high profile* antara lain perusahaan kimia, pertambangan dan perminyakan, kertas, rokok, penerbangan, agribisnis, otomotif, tembakau dan rokok, media komunikasi, produk makanan dan minuman, transportasi, energi (listrik), engineering, kesehatan dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang diklasifikasikan sebagai *low profile* antara lain perusahaan properti, tekstil, bangunan, keuangan dan perbankan, supplier, peralatan medis, retailer, produk rumah tangga dan produk personal (Purwanto, 2011).

Mirfazli (2008) dan Wang et al. (2013) menyatakan bahwa perusahaan yang termasuk dalam tipe industri *high profile* umumnya merupakan perusahaan yang mendapatkan perhatian atau tekanan dari masyarakat karena produk atau aktivitas operasi perusahaan memiliki kemungkinan berhubungan dengan masyarakat luas. Dengan demikian, tipe industri *high profile* akan cenderung untuk melakukan pengungkapan pertanggungjawaban sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan tipe industri *low profile*.

2.1.6. Keinformatifan Laba Berdasarkan Persepsi Investor

Dalam penelitian ini, keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor diukur dengan *earnings response coefficient* (ERC). ERC merupakan reaksi investor yang berdasarkan pada penilaian mereka terhadap persistensi laba dari pengungkapan informasi laba tidak terduga (Godfrey et al., 2010). Cho dan Jung (1991) mendefinisikan ERC sebagai suatu dampak dari setiap dolar *unexpected earnings* atas pengembalian saham dan biasa diukur dengan *coefficient slope* dalam regresi *abnormal return* dan *unexpected earnings* dari tingkat rata-rata *abnormal return*.

Earnings Response Coefficient digunakan sebagai alat untuk mengukur keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor karena informasi mengenai laba berkaitan dengan informasi yang digunakan investor dalam mengambil keputusan untuk berinvetasi dalam pasar modal. Dengan kata lain, keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor yang diukur dengan menggunakan ERC membahas *decision usefulness* dari laba dalam penilaian ekuitas (Dechow et al., 2010).

Herdirinandasari dan Asyik (2016) menyatakan bahwa laba yang berkualitas ditunjukkan dari reaksi pasar ketika merespon informasi sebuah laba. Reaksi pasar itu sendiri tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan perusahaan. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya ERC yang menunjukkan bahwa laba perusahaan tersebut berkualitas. Daud dan Syarifuddin (2008) berpendapat bahwa tinggi rendahnya ERC tergantung dari *"good news"* atau *"bad news"* yang terkandung dalam laba perusahaan.

Menurut Scott (2003) faktor-faktor yang mempengaruhi ERC adalah beta, struktur permodalan perusahaan, kualitas laba, *growth opportunities*, persamaan ekspektasi investor, dan keinformatifan harga. Sedangkan, menurut Godfrey et al. (2010) menyebutkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi ERC, antara lain:

1. Risiko dan ketidakpastian. Risiko mempengaruhi ERC secara negatif. Tingkat risiko yang tinggi membuat tingkat diskon yang lebih tinggi sehingga akan mengurangi *discounted present value* dari *expected future profits* dan ERC. Ketidapkastian mempengaruhi ERC secara negatif.
2. Kualitas audit. Perusahaan yang diaudit oleh kantor akuntan publik besar akan memiliki ERC yang semakin besar juga karena laporan keuangan perusahaan akan menjadi lebih kredibel.
3. Industri. Industri-industri yang memiliki pendapatan tidak pasti yang besar maka ERC juga akan semakin besar.
4. Tingkat bunga. Terdapat hubungan negatif antara tingkat suku bunga dengan ERC.
5. *Financial leverage*. Semakin besar *financial leverage* maka ERC akan semakin kecil. Sebaliknya, jika *financial leverage* semakin kecil maka ERC akan semakin besar.
6. Tingkat pertumbuhan perusahaan. Peluang pertumbuhan perusahaan akan meningkatkan ERC.
7. Laba permanen dan temporer. Laba permanen yang disebabkan karena kegiatan operasional akan meningkatkan ERC. Tetapi, laba temporer harus dilakukan pengecekan terlebih dahulu. Apabila laba tersebut dari hasil penjualan aset maka ERC tidak akan terpengaruh.

2.2. Kerangka Teoritis

Pada penelitian ini keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor dipengaruhi oleh pengungkapan tanggungjawab social dan tipe indutri. Menurut Herdirinandasari dan Asyik (2016) bahwa laba yang berkualitas ditunjukkan dari reaksi pasar ketika merespon informasi sebuah laba. Reaksi pasar itu sendiri tergantung dari kualitas laba yang dihasilkan perusahaan. Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba tercermin dari tingginya ERC (*Earnings Response Coefficient)* yang menunjukkan bahwa laba perusahaan tersebut berkualitas. ERC diproksikan dengan tingkat pengembalian return saham (*Cumulative Abnormal Return*), dalam merespon laba yang diumumkan perusahaan yang diproksikan dengan *unexpected earnings* (UE). Pengungkapan tanggungjawab sosial yang semakin banyak dapat mendukung bahwa laba semakin berkualitas. Pengungkapan tanggungjawab social dapat dikatakan memberikan informasi laba yang berkualitas bagi investor tidak terlepas dari jenis industrinya. Bagi tipe industry yang *high profile* membutuhkan pengungkapan sosial yang lebih banyak dibandingkan dengan tipe industri yang *low profile*.

2.3. Model Penelitian

2.4. Hipotesis Konseptual

2.4.1 Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor

Dalam perspektif teori keagenan, pemisahan antara agen dan principal dapat mengakibatkan asimetri informasi, karena agen memiliki informasi lebih banyak dibanding principal. Salah satu cara untuk mereduksi asimetri informasi, manajemen dapat memberikan sinyal yang berhubungan dengan kinerja perusahaan (Wolk et al., 2001). Hal ini sejalan dengan Godfrey et al. (2010) menyatakan manajeman akan

memberikan sinyal informasi mengenai perusahaan, terutama saat tren pendapatan menjadi sorotan untuk menunjukkan kinerja dan potensi laba di masa yang akan datang.

Kesadaran perusahaan atas risiko reputasi dan peluang terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan semakin meningkat (Du et al. 2010), sehingga pengungkapan tanggungjawab sosial diprioritaskan oleh perusahaan-perusahaan dengan cara menyelaraskan kegiatan perusahaan dengan harapan para pemangku kepentingan (Qi et al. 2010). Muttakhin dan Khan (2015) menyatakan sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan dipengaruhi oleh para pemangku kepentingan. Maka, perusahaan akan memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab secara sosial sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial lebih besar. Dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial untuk memenuhi tuntutan masyarakat, maka akan menghambat perusahaan untuk melakukan manipulasi data sehingga perusahaan akan menghasilkan laba yang berkualitas. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Pyo dan Lee (2013) dan Holbrook (2013) menunjukkan bahwa perusahaan yang melakukan penyumbangan sukarela dan pengungkapan secara sukarela akan memiliki kualitas laba yang baik. Berdasarkan penjelasan diatas, peneliti mengajukan hipotesis sebagai berikut untuk menguji pengaruh pengungkapan CSR terhadap kualitas laba :

H1: Pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor.

2.4.2. Pengaruh Tipe Industri dan Pnegungkapan Tanggungjawab Sosial Terhadap Keinformatifan Laba Berdasarkan Persepsi Investor

Pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai media komunikasi perusahaan terhadap pemangku kepentingan harus mempertimbangkan harus memperhatikan jenis industri. Perusahaan dalam jenis industri tertentu mempunyai tanggung jawab sosial yang lebih besar dibanding perusahaan jenis lainnya, sehingga pengungkapan yang lebih mendetail dan lengkap pada perusahaan ini akan berdampak pada peningkatan kemampuan perusahaan untuk mengkomunikasikan informasi tanggung jawab sosial (Sweney dan Coghlan 2008, dan Boutin-Dufresne dan Sacaris 2004) Perusahaan *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan sehingga perusahaan *high profile* akan melakukan lebih banyak pengungkapan informasi lingkungan dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Hal

ini juga disebabkan karena perusahaan *high profile* berhubungan dengan masyarakat sehingga masyarakat akan memberikan tekanan kepada perusahaan. Perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* mungkin akan menghadapi biaya politik yang lebih tinggi jika perusahaan tersebut tidak mengikuti peraturan yang ditetapkan. Maka, perusahaan *high profile* diyakini akan melakukan pengungkapan CSR lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan *low profile.* Mirfazli (2008) menyatakan perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* merupakan perusahaan yang memiliki tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap lingkungan sehingga perusahaan *high profile* akan melakukan lebih banyak pengungkapan informasi lingkungan dibandingkan dengan perusahaan *low profile*. Hal ini juga disebabkan karena perusahaan *high profile* berhubungan dengan masyarakat sehingga masyarakat akan memberikan tekanan kepada perusahaan. Perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* mungkin akan menghadapi biaya politik yang lebih tinggi jika perusahaan tersebut tidak mengikuti peraturan yang ditetapkan. Analisis empiris memberikan bukti bahwa CSR terkait dengan respons pasar terhadap penghasilan yang tidak terduga. Teori sinyal menyatakan bahwa lebih banyak (kurang) perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki lebih sedikit (lebih banyak) noise dalam informasi akuntansi (Holbrook 2013). Perusahaan dengan high profile mempunyai tanggung jawab sosial yang lebih tinggi dibanding low profile sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial oleh perusahaan haigh profil akan meningkatkan keinformasian laba berdasarkan perspektif investor karena berkurangnya risiko yang akan ditanggung oleh perusahaan.

H2: Pada perusahaan tipe *high profile* pengungkapan tanggung jawab sosial lebih berpengaruh pada keinformatifan laba dibanding perusahaan tipe *low profile*.

BAB III
TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor.
2. Mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh tipe industri pada hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor.

3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada :

1. Pengembangan teori

   Penelitian ini berkontribusi pada pengambangan teori legitimasi, teori *stakeholder* dan teori sinyal yang berhubungan dengan tanggung jawab sosial perusahaan dan kualitas laporan keuangan.
2. Manajeman Perusahaan

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi manajer perusahaan tentang pentingnya informasi tanggung jawab sosial agar kinerja perusahaan dapat direspon baik oleh investor
3. Pemerintah

   Pemerintah dapat membuat acuan tentang kebijakan pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

BAB IV
METODE PENELITIAN

4.1 Populasi dan Sampel

Objek penelitian ini merupakan perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2015. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah berdasarkan metode *purposive sampling* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015
2. Perusahaan menerbitkan laporan tahunan dan laporan keuangan periode 2012-2015
3. Perusahaan menerbitkan laporan keuangan dengan menggunakan nilai mata uang dalam Rupiah (Rp)
4. Perusahaan memiliki semua informasi yang dibutuhkan dalam penelitian

4.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Keinformatifan Laba Berdasarkan Persepsi Investor. Keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Earning Response Coeficient* (ERC). ERC menunjukkan reaksi pasar terhadap informasi laba yang diumumkan perusahaan. ERC mengukur seberapa besar reaksi pasar yang diproksikan dengan tingkat pengembalian return saham (*Cumulative Abnormal Return*) dalam merespon laba yang diumumkan perusahaan yang diproksikan dengan *unexpected earnings* (UE). Tahap-tahap dalam perhitungan ERC:

1. Menghitung *Cumulative Abnormal Return* (CAR)

   CAR merupakan proksi dari reaksi pasar atau harga saham yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Ab\ (R) = R_{it} - R_i$$

   Dimana:

   Ab (R) = *Abnormal Return* saham ke-i pada periode t

   R_{it} = *Actual Return* saham ke-i pada periode t

   R_i = *Return* ekspektasi saham ke-i pada periode t

b. Pendapatan saham yang sebenarnya (*Actual Return*)

Actual return merupakan pendapatan yang telah diterima investor berupa *capital gain* yang diperoleh dengan perhitungan:

$$R_{it} = \frac{Pt - P(t-1)}{P(t-1)}$$

Dimana:

R_{it} = *Actual Return* saham ke-i pada hari t

P_t = Harga saham perusahaan pada hari ke-t

P_{t-1} = Harga saham perusahaan pada hari ke- t-1

Dalam penelitian ini, dilakukan pengamatan pada harga saham pada hari t-10 sampai dengan hari t+10 dari harga saham pada saat perusahaan menyerahkan laporan keuangan ke OJK.

c. Return Ekspektasi

$$R_i = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Dimana :

R_i = *Return* ekspektasi saham pada hari t

$IHSG_t$ = Indeks harga saham gabungan pada hari t

$IHSG_{t-1}$ = Indeks harga saham gabungan pada hari t-1

Rumus untuk menghitung CAR adalah:

$$CAR = \Sigma\ AR_{it}$$

Dimana :

AR_{it} = *Abnormal return* saham ke-i pada hari t

2. <u>Menghitung *Unexpected Earnings* (UE)</u>

UE diukur dengan rumus:

$$UE_{it} = \frac{EPS_{it} - EPS_{it-1}}{E_{it-1}}$$

Dimana :

UE_{it} = *Unexpected Earnings* perusahaan i pada periode t

E_{it} = Laba akuntansi per lembar saham perusahaan i pada periode t

E_{it-1} = Laba akuntansi per lembar saham perusahaan i pada periode sebelumnya

Pengungkapan Tanggungjawab Sosial (CSR). Informasi mengenai kegiatan CSR dapat diperoleh melalui laporan keuangan tahunan perusahaan. Pengukuran pengungkapan CSR dilakukan dengan menggunakan indikator *Global Reporting Intiative* generasi ke 4 (G4) yang diluncurkan pada Mei 2013. (www.globalreporting.org). GRI memiliki 6 indikator dan terdiri dari 91 *item* pengungkapan yang meliputi:

1. Indikator Kinerja Ekonomi
2. Indikator Lingkungan
3. Indikator Praktik Ketenagakerjaaan dan Kenyamanan Bekerja
4. Indikator Hak Asasi Manusia
5. Indikator Kemasyarakatan
6. Indikator Tanggung Jawab atas Produk.

Pengukuran pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan dilakukan dengan cara mengamati apakah perusahaan melakukan kegiatan sesuai dengan indikator dan memberikan nilai atas setiap indikator tersebut. Nilai 1 akan diberikan apabila perusahaan melakukan bentuk kegiatan sesuai dengan indikator, sedangkan nilai 0 diberikan apabila perusahaan tidak melakukan bentuk kegiatan sesuai dengan indikator. Hasil penelitian dari setiap indikator akan dijumlahkan dan dibagi dengan total pengungkapan indikator (91 *item*), yang dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$CSRD = \frac{Jumlah\ indikator\ yang\ diungkapkan\ perusahaan}{91\ item\ pengungkapan\ berdasarkan\ GRI\ G4}$$

Tipe Industri. Terdapat dua kategori dalam tipe industri, yaitu industri *high profile* dan industri yang *low profile*. (Mirfazli, 2008). Perusahaan yang dapat diklasifikasikan sebagai *high profile* antara lain perusahaan kimia, pertambangan dan perminyakan, kertas, rokok, penerbangan, agribisnis, otomotif, tembakau dan rokok, media komunikasi, produk makanan dan minuman, transportasi, energi (listrik), *engineering*, kesehatan dan pariwisata. Sedangkan perusahaan yang diklasifikasikan sebagai *low*

profile antara lain perusahaan properti, tekstil, bangunan, keuangan dan perbankan, *supplier*, peralatan medis, *retailer*, produk rumah tangga dan produk personal (Purwanto, 2011). Variabel tipe industri diukur dengan menggunakan *dummy variable*. Perusahaan yang termasuk ke dalam kategori *high profile* akan diberi nilai 1, sedangkan perusahaan yang termasuk ke dalam kategori *low profile* akan diberi nilai 0.

4.3 Metode Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan data sekunder dalam pengumpulan data yang diperoleh dari laporan keuangan tahunan dan laporan keuangan *audited*. Data diperoleh melalui situs resmi BEI yaitu www.idx.co.id. Selain laporan keuangan dan laporan tahunan, penulis juga mengumpulkan data melalui itbuku dan jurnal yang memuat penelitian terdahulu yang diperoleh melalui webse Proquest, Emerald Insight dan Sciencedirect.

4.4 Metode Analisis Data

Pengolahan data dan pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Packages for the Social Sciences* (SPSS) versi 22.0

4.4.1 Analisis Statistika Deskriptif

Analisa statistika deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran umum dan mendeskripsikan variabel-variabel yang ada dalam penelitian ini. Alat analisis yang digunakan meliputi perhitungan *mean*, modus, standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum.

4.4.2 Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk dapat melakukan pengujian analisis regresi berganda pada tahapan berikutnya. Syarat yang diperlukan agar dapat melaju ke tahapan selanjutnya adalah model penelitian harus terdistribusi secara normal, tidak mengandung multikolinearitas, autokorelasi dan heteroskedasitas.

a. Uji Normalitas

Ghozali (2013) menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen memiliki distribusi normal. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas dapat menggunakan uji *Kolmogorov-Smimov Test*. Dasar pengambilan keputusan dalam uji *Kolmogorov-Smimov Test* adalah dengan melihat nilai signifikansi dari hasil penelitian. Jika nilai signifikansi (Sig). lebih besar dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 5% atau 0,05, maka data terdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi (Sig). lebih kecil dari nilai signifikansi yang ditetapkan yaitu 5% atau 0,05, maka data tidak terdistribusi normal.

Uji normalitas juga dapat menggunakan analisis grafik *normal probability plot* dimana normalitas dapat dilihat dari penyebaran data. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinearitas atau tidak terdapat korelasi antar variabel independen. Ghozali (2013) mengungkapkan untuk menguji multikolinearitas dapat dari besarnya nilai *tolerance* atau *Variance Inflation Factor (VIF)* dari masing-masing variabel dengan menggunakan program SPSS. Nilai *tolerance* yang rendah atau nilai VIF yang tinggi menunjukkan multikolinearitas yang tinggi. Dasar pengambilan keputusan:

1) Jika nilai *tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10 maka tidak terdapat multikolinearitas.
2) Jika nilai *tolerance* < 0,10 atau nilai VIF > 10 maka terdapat multikolinearitas.

c. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah tidak memiliki autokorelasi antara penelitian sekarang dengan penelitian saat ini. Jenis pengujian yang umumnya digunakan dalam uji autokorelasi adalah uji statistik *Durbin-Watson* (DW). Pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingan nilai DW dengan skala DW tabel. Skala DW tabel:

Gambar 3.1 Mapping *Durbin Watson*

0

Ada autokorelasi positif	Tidak dapat disimpulkan	Tidak ada autokorelasi	Tidak dapat disimpulkan	Ada autokorelasi positif

d_L d_u $4-d_u$ $4-d_L$

Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai DW hitung berada diantara d_u dan $4-d_u$ (d_u <DW < $4-d_u$), maka koefisien autokorelasi sama dengan nol yang dapat diartikan sebagai tidak adanya autokorelasi.
2. Jika nilai DW hitung berada diantara 0 dan d_L (0 <DW < d_L) serta $4-d_u$ dan d_L, maka koefisien autokorelasi lebih dengan nol yang dapat diartikan sebagai autokorelasi positif.
3. Jika nilai DW hitung berada diantara d_L dan d_u (d_L <DW < d_u) serta $4-d_u$ dan $4-d_L$, maka hasil tidak dapat disimpulkan

d. Uji Heterokedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali, 2013). Apabila *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteoskedastisitas atau homoskedastisitas. Jenis pengujian yang digunakan untuk uji heteroskedastisitas adalah *uji glesjer* yaitu untuk melihat apakah terdapat data yang

menyimpang terlalu jauh dengan nilai absolut residual terhadap variabel independen. Ada atau tidaknya heteroskedastisitas dapat dilihat dari nilai signifikasi yang diperoleh masing-masing variabel independen. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika nilai signifikansi ≥ α(=5%), maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika nilai signifikansi ≤ α(=5%), maka terjadi heteroskedastisitas.

4.4.3 Analisis Inferensial

Pengujian atas hipotesis diatas menggunakan regresi linier berganda dengan model regresi sebagai berikut:

$$CAR = \alpha + \beta_1 UE + \beta_2 CSR_{it} + \beta_3 TI + \beta_4 UExCSR_{it} + \beta_5 UExTI + \beta_6 UExCSRxTI_{it} + \beta_7 ROA + \beta_8 LEV + \beta_9 TA + e$$

Dimana :

CAR	= *Cumulative Abnormal Return*
α	= Konstanta
$\beta_1 \ldots \beta_9$	= Koefisien Regresi
CSR	= Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR)
UEit	= Unexpected Earnings
e	= Error

1) **Uji Koefisien Determinasi (R^2)**

Koefisien Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2013).

2) **Uji Fit Model (Uji F)**

Uji Fit Model pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji Fit Model dilakukan dengan melihat pada tingkat signifikansi yang telah ditetapkan yaitu sebesar 0.05. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dengan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama dengan variabel-variabel independen terhadap variabel dependen.

3) Uji Hipotesis (Uji t)

Uji hipotesis pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan adalah apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel independen mempunyai pengaruh secara individual terhadap variabel dependen.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

BAB V
HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Populasi dan Sampel

Objek penelitian ini merupakan perusahaan-perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2012-2015. Dalam pengambilan sampel, teknik yang digunakan adalah berdasarkan metode *purposive sampling* dengan hasil sebanyak 688 seperti yang dijelaskan dalam tabel 5.1.

5.1. Tahapan Pengambilan Sampel

1.	Perusahaan non keuangan yang terdaftar di BEI pada tahun 2012-2015	1.433
2.	Perusahaan dengan laporan keuangan yang tidak tersedia	(273)
3.	Perusahaan dengan data saham yang tidak lengkap	(182)
4.	Perusahaan yang tidak mengungkapkan tanggung sosial	(271)
5.	Data menyimpang (*outlier*)	(19)
6.	Data sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini	688

5.2. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran mengenai data-data yang digunakan dalam penelitian. Analisis ini digunakan untuk melihat nilai rata-rata (mean), standar deviasi, nilai minimum dan nilai maksimum.

Tabel 5.2. Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CAR	688	-.1204201375340	.1035448884775	-.007731219413390	.051332275282
UE	688	-8.9767441860465	7.1379310344827	-.080801114198725	1.243308430792
CSR	688	0	.7802197802197	.216761436238180	.119602969794
TA	688	6816874399	245435000000000	7911925706108.191	21882523124036
ROA	688	-1.7290490902588	1.5186997900945	.057447443302132	.134047509462
LEV	688	.0003199824373	9.5525786585557	.513108934544158	.581742944530
TI	688	**High Profile**	**Low Profile**		
		292	396		

Pada Tabel 5.2 memberikan gambaran bahwa nilai rata-rata CAR (-0.007731219413390) bertanda negatif menunjukkan bahwa rata-rata investor merespon negatif atas informasi *unexpected earning* yang negative (UE=-0,080801114198725). Nilai minimum sebesar 0 untuk CSR menginformasikan bahwa memang masih ada perusahaan yang tidak mengungkapkan pertanggungjawaban sosialnya dan ini menunjukkan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR) bersifat sukarela. Sementara itu, perusahaan *low profile* memiliki jumlah sebesar 396 dan perusahaan *high profile* sebesar 292.

5.3. Hasil Uji Asumsi KLasik

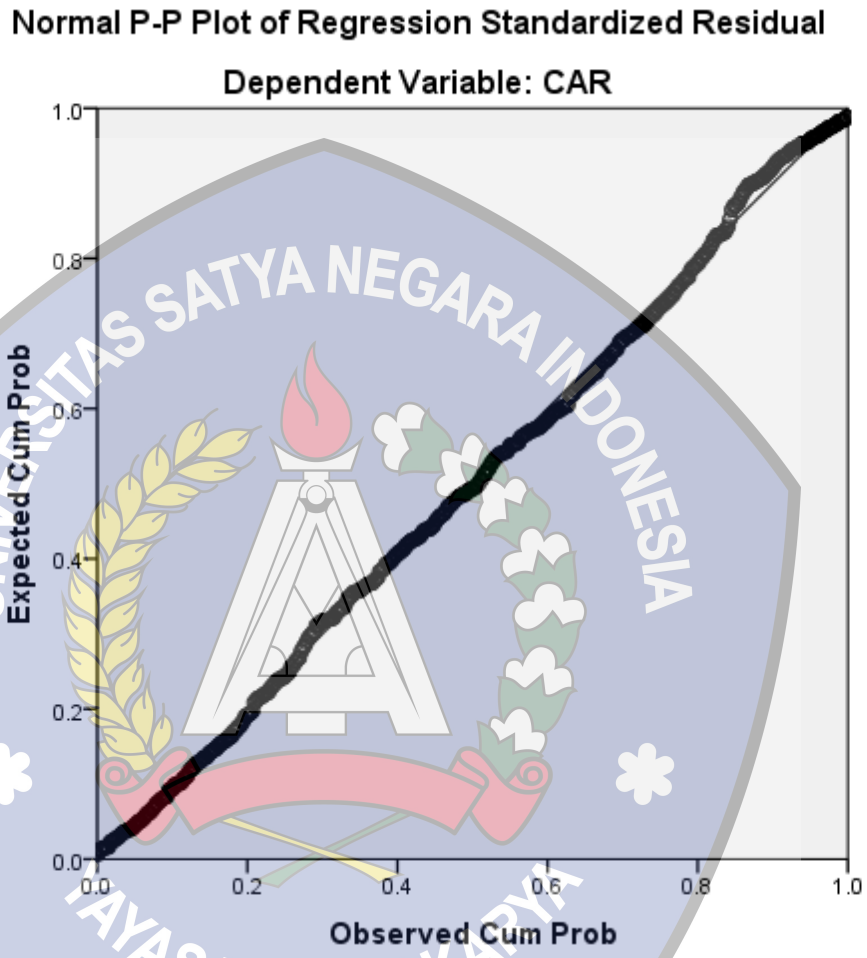
Analisis regresi yang digunakan untuk menganalisis dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda sehingga dibutuhkan uji asumsi klasik. Asumsi klasik yang diuji adalah normalitas, multikolinieritas, auto korelasi, dan heteroskedastisitas.

5.3.1. Uji Normailitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah varibel independen dan variabel dependen berdistribusi normal atau tidak. Uji yang dilakukan untuk mengetahui normalitas data adalah uji *One-Sample Kolgomorov Smirnov* dan grafik *normal probability plot*. Data dapat dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikasi (p-value) lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yaitu 0,05 atau 5%. Selain itu, normalitas data juga dapat dilihat dari grafik *normal probability plot*. Jika penyebaran data berupa titik-titik pada sekitar sumbu diagonal, maka data terdistribusi secara normal.

a. Uji normalitas dengan P Plot

Gambar 5.1. Normal P-P Plot



Gambar 5.1 menunjukkan penyebaran data berupa titik yang membentuk suatu garis dan berada di sekitar sumbu diagonal. Maka, dapat disimpulkan bahwa data pada model penelitian pertama berdistribusi secara normal.

b. Uji Normalitas dengan One Sample Kolmogorov Smirnov

Tabel 5.3. One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		688
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.05048953
Most Extreme Differences	Absolute	.029
	Positive	.022
	Negative	-.029
Test Statistic		.029
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas pada tabel 5.3 diatas, maka diperoleh nilai signifikansi dari Uji One Sample K- S adalah sebesar 0,200. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05 (0,200>0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada model penelitian pertama berdistribusi normal.

5.3.2 Uji Multokolinieritas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat korelasi atau hubungan antar variabel independen, Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independennya. Data dapat dikatakan tidak terjadi multikolinearitas apabila memiliki nilai tolerance >0,10 atau VIF <10. Pengujian yang memasukkan UE pada model penelitian ini menimbulkan adanya multikolinieritas yang dapat dilihat dari VIF untuk variable UE. Sehungan dengan itu, variable UE dalam pembahasan berikutnya dikeluarkan dari analisis. Hasil pengujian pada tabel 5.3 menunjukkan bahwa nilai VIF untuk variabel CSR, TIS, UExCSR, UExTIS, TA, ROA, LEV lebih kecil dari 10 sedangkan untuk variabel UExCSRxTIS sebesar 10,155. Hal ini mengindikasikan bahwa antar variabel independen dan atau kontrol tidak terjadi multikolinieritas kecuali untuk UExCSRxTIS diabaikan karena variabel tersebut digunakan untuk menguji hipotesis.

Tabel 5.4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	CSR	.813	1.230
	TIS	.969	1.032
	UExCSR	.154	6.474
	UExTIS	.199	5.033
	UExCSRxTIS	.098	10.155
	TA	.879	1.137
	ROA	.793	1.261
	LEV	.852	1.174

5.3.3. Uji Auto korelasi

Uji Autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam suatu model regresi linear terdapat hubungan antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1). Model yang baik adalah model regresi yang terbebas dari autokorelasi. Uji *Durbin Watson* dapat digunakan untuk melihat ada atau tidaknya autokorelasi dalam penelitian.

Tabel 5.5. Model Summary

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.180[a]	.033	.021	.050786094666276	1.978

a. Predictors: (Constant), LEV, UExTIS, TA, TIS, CSR, ROA, UExCSR, UExCSRxTIS

b. Dependent Variable: CAR

Hasil pengujian pada tabel 5.5 menunjukkan bahwa model penelitian memiliki nilai Durbin-Watson sebesar 1.978. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebesar 688, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,05 atau 5%, dan dengan jumlah variabel independen sebanyak 8 variabel. Berdasarkan tabel *Durbin-Watson*, diperoleh nilai dL (batas bawah) sebesar 1.8571152 dan dU (batas atas) sebesar 1.8923308. Nilai *Durbin-Watson* pada tabel diatas berada di antara nilai du dan 4-du (1.8923308 ≤ 1,978 ≤

2.1076692), dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi pada model penelitian.

5.3.4 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5.6. Hasil Uji Heteroskedasitas (Uji Glesjer)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.041	.004		10.635	.000
	CSR	.010	.011	.041	.956	.339
	TIS	.000	.000	-.035	-.896	.371
	UExCSR	.011	.012	.088	.907	.365
	UExTIS	8.313E-6	.000	.006	.075	.940
	UExCSRxTIS	.000	.001	-.032	-.260	.795
	TA	-2.116E-17	.000	-.015	-.375	.708
	ROA	.000	.010	-.002	-.050	.960
	LEV	-.001	.002	-.017	-.408	.683

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam model regresi adalah uji *Glesjer*. Jika seluruh variabel independen memiliki tingkat signifikansi lebih besar dari tingkat signifikansi yang telah ditetapkan sebelumnya, yakni 0,05, maka model penelitian tersebut merupakan model penelitian yang terbebas dari heteroskedastisitas. Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat pada tabel 5.6. Tabel 5.6. menunjukkan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen lebih besar dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yaitu 0,05 dan dapat disimpulkan bahwa model penelitian bebas dari heteroskedastisitas atau dapat disebut homoskedastisitas.

5.4. Uji Fit Model (Uji Simultan)

Uji Fit model dilakukan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model regresi mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji Fit Model dilakukan dengan menggunakan *Analysis of Variance* (ANOVA). Jika nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari nilai signifikansi yang telah ditetapkan, yakni 0,05 maka seluruh variabel independen secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka seluruh variabel independen secara bersama-sama tidak memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji Fit Model untuk model penelitian dapat dilihat pada tabel 5.7.

Tabel 5.7. Analysis Of Variance

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.059	8	.007	2.857	.004[b]
	Residual	1.751	679	.003		
	Total	1.810	687			

a. Dependent Variable: CAR

b. Predictors: (Constant), LEV, UExTIS, TA, TIS, CSR, ROA, UExCSR, UExCSRxTIS

Hasil uji fit model untuk model penelitian pada tabel 5.6. menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,004. Nilai signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model dalam penelitian ini fit dengan data atau dapat dinyatakan bahwa minimal 1 variabel independent dalam model ini berpengaruh terhadap variable dependen.

5.5. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model penelitian dalam menerangkan variabel dependennya. Nilai koefisien determinasi berada di antara nol dan satu. Jika nilai koefisien determinasi yang kecil atau mendekati 0, maka kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai *adjusted R square* pada model penelitian ini adalah 0,021 atau 2,1%yang berarti bahwa variable independent dalam penelitian ini hanya

mampu menjelaskan variable dependen sebesar 2,1%. Nilai *adjusted R square* yang kecil ini disebabkan data dalam penelitian ini kombinasi antara data *crossection* dan *time series*.

5.6. Uji Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini diuji dengan memperhatikan nilai t hitung, signifikansi, dan koefisien regresi.

Tabel 5.8. Hasil Uji Hipotesis

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.003	.006		-.427	.670
	CSR	-.010	.018	-.023	-.540	.589
	TIS	.000	.000	-.051	-1.338	.181
	UExCSR	.046	.019	.228	2.371	.018
	UExTIS	.000	.000	-.093	-1.098	.273
	UExCSRxTIS	-.001	.001	-.051	-.426	.670
	TA	9.200E-18	.000	.004	.097	.922
	ROA	.045	.016	.118	2.792	.005
	LEV	.000	.004	.005	.131	.896

Interaksi antara UE dengan CSR (UExCSR) (hipotesis 1) pada table 5.8. menunjukkan nilai t hitung sebesar 2.371 dengan signifikansi sebesar 0,018 dan koefisien regresi 0,046. Nilai signifikansi untuk UExCSR lebih kecil dari 5% membuktikan bahwa UExCSR berpengaruh pada CAR atau dengan kata lain dapat dinyatakan bahwa CSR memperkuat hubungan antara UE dengan CAR. Karena hubungan antara UE dengan CAR mencerminkan kualitas informasi laba dan koefisien regresi menunjukkan tanda positif (0,046) maka dapat dinyatakan bahwa CSR memperkuat kualitas informasi laba.

Hipotesis ke 2 yang menguji pengaruh tipe industri pada hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor yang terefleksikan pada variable UExCSRxTIS pada tabel 5.8 menunjukkan nilai t hitung sebesar -0,426 dan signifikasi sebesar 0,670 gagal membuktikan hipotesis 2. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi yang lebih besar dari 5%.

5.7. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis 1 membuktikan berlakuntya teori stakeholder dan teori sinyal. Teori stakeholder menjelaskan bahwa perusahaan tidak dapat berdiri sendiri dan keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Maka dari itu perusahaan harus dapat menjaga hubungan baik dengan para *stakeholder*.

CSR dapat dijadikan sebagai strategi perusahaan untuk memberikan informasi non keuangan terkait dengan dampak sosial dan lingkungan yang timbul akibat aktivitas perusahaan. Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan akan membuat *stakeholder* memberikan dukungan kepada perusahaan dan dapat meningkatkan kinerja perusahaan. Muttakhin dan Khan (2015) menyatakan sesuai dengan teori *stakeholder* bahwa perusahaan dipengaruhi oleh para pemangku kepentingan. Maka, perusahaan akan memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab secara sosial sehingga perusahaan akan melakukan pengungkapan informasi tanggung jawab sosial lebih besar.

Selanjutnya CSR merupakan sinyal yang diberikan oleh perusahaan kepada investor. Kim et al. (2011) menemukan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan sosial akan termotivasi untuk lebih bersikap jujur, dapat dipercaya dan beretika, sehingga perusahaan yang mengungkapkan tanggungjawab sosial cenderung tidak melakukan memanipulasi terkait dengan aktivitas operasi perusahaan. Maka, dengan adanya pengungkapan tanggungjawab sosial untuk memenuhi tuntutan masyarakat, akan menghambat perusahaan untuk melakukan manipulasi data sehingga perusahaan dapat menyediakan informasi keuangan yang lebih dapat diandalkan, transparan dan akan menghasilkan keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor yang tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Pyo dan Lee (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial berpengaruh positif terhadap kualitas laba, hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang mengungkapkan kegiatan sosial akan cenderung menyampaikan laporan laba yang berkualitas sehingga direspon positif oleh investor. Analisis empiris Holbrook (2013) memberikan bukti bahwa pengungkapan tanggungjawab sosial, setidaknya beberapa aspek pengungkapan tanggungjawab sosial, adalah terkait dengan respons pasar terhadap *unexpected earnings*. Hal ini sejalan dengan teori bahwa lebih banyak (kurang) perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial memiliki lebih sedikit (lebih) *noise*

dalam informasi akuntansi. Perusahaan yang lebih bertanggung jawab secara sosial menangani secara proaktif konflik dan masalah sosial-sosial kewajaran, memitigasi dampak negatif terhadap pendapatan masa depan (arus kas masa depan). Respons pasar terhadap pendapatan yang tak terduga memberikan perspektif tentang ketidakpastian informasi dari investor. Kualitas laba dalam perspektif kebijakan diskresioner yang dilakukan Muttakhim et.al (2015) juga mendukung hasil penelitian ini. Muttakhim et.al (2015) membuktikan bahwa manajer negara berkembang mengelola laba ketika perusahaan lebih banyak mengungkapan tanggungjawab sosial. Manajemen laba tersebut dicapai melalui peningkatan akrual diskresioner. Selain itu, perusahaan dari industri berorientasi ekspor yang didominasi oleh pemangku kepentingan yang kuat (pembeli internasional) mengungkapkan lebih banyak kegiatan pengungkapan tanggungjawab sosial, memberikan laporan keuangan yang transparan melalui manajemen laba yang membatasi.

Tipe industri dalam penelitian ini tidak memperkuat pengaruh tangggung jawab social terhadap keinformatifan laba. Hal ini bertentangan dengan perspektif bahwa jenis industry yang berbeda mempunyai tanggung jawab yang berbeda atau dengan kata lain peusahaan high profile maupun low profile mempunyai tanggung jawab social yang sama sehingga eksistensi pengungkapan social tidak menjadi sinyal bahwa laporan keuangan untuk industri *high profile* yang mengungkapkan tanggung jawa social berarti lebih transparan disbanding perusahaan *low profile*. Hasil ini sejalan dengan penelitian Ferreri, dan Parket (1987) dan Balabanis, Philips, dan Lyall (1998) yang gagal membuktikan bahwa melaporkan bahwa ada perbedaan pengungkapan berdasarkan jenis industry. Hasil ini mencerminkan bahwa kesadaran atas pengungkapan tanggung jawab sosial tidak berdasarkan pada jenis industri. Hasil ini sejalan dengan peraturan OJK tentang tanggung jawab sosial yang tidak membedakan tipe industri. Selain itu, hasil ini juga menunjukkan bahwa tipe industri tidak membedakan perilaku oportunistik dari manajeman pada industri yang berbeda.

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Laporan penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian telah selesai dilakukan. Tahap selanjutnya dari penelitian ini adalah publikasi. Artikel dari hasil penelitian ini rencananya akan dipublikasikan di jurnal internasional pada terbitan bulan Juni 2019.

UNIVERSITAS SATYA NEGARA INDONESIA
YAYASAN ABDI KARYA

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan mendapatkan bukti empiris tentang pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor dan membuktikan tentang pengaruh tipe industri pada hubungan antara tanggung jawab sosial perusahaan dengan keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor. Tujuan penelitian ini didukung oleh teori *stakeholder* dan teori sinyal.

Penelitian dilakukan terhadap perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2012 sampai dengan tahun 2015. Penelitian ini menggunakan 688 sampel data. Hasil pengujian dengan menggunakan regresi linear berganda dengan tingkat signifikansi 5% membuktikan bahwa tanggung jawab sosial (CSR) berpengaruh terhasdap keinformatifan laba berdasarkan persepsi investor. Sementara itu, tipe industri tidak menentukan kualitas informasi laba. Hasil ini sejalan pada teori *stakeholder* sebagai sinyal yang bersifat sukarela sehingga dapat membuktikan bahwa tanggung jawab sosial akan direspon oleh investor.

7.2 Saran

Agar penelitian selanjutnya dapat lebih maksimal, maka saran yang dapat diberikan untuk penelitian selanjutnya :

1. Meneliti variabel-variabel pengungkapan sukarela lainnya yang mencerminkan praktek tata kelola yang baik, misalnya pengungkapan etika.
2. Membedakan tipe industri berdasarkan karakteristik yang benar-benar ekstrim, misalnya membandingkan perusahaan jasa dengan perusahaan pertambangan dan kehutanan atau berdasakan sektor industri

DAFTAR RUJUKAN

Alsaeed, K. (2006). The association between firm-specific characteristic and disclosure the case of Saudi Arabia. *Managerial Auditing Journal*. 21 (5), 476-496.

Awuy V.P, Yosefa S, dan Indah P. (2016) "Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Earnings Response Coefficient (ERC) (Suatu Studi Empiris Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2010-2013)" Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol.18,No.1. Hal.15-26

Basalamah, A.S. & Jermias. 2005. Social and Environmental Reporting and Auditing in Indonesia. Gadjah Mada International Journal of Business, Vol.7, pp.109–127.

Calegari, M. F., Chotigeat, T., & Harjoto, M. A. (2010). Corporate social responsibility and earnings reporting. Journal of Current Research in Global Business, 13(20), 1–14.

Cho, J.Y., & Jung, K. (1991). Earnings Response Coefficients: A Synthesis of Theory and Empirical Evidence. *Journal of Accounting Literature*. 10, 85-116.

Daud, R. M., & Syarifuddin, N. A. (2008). Pengaruh Corporate Social Responsibility Disclosure, Timeliness, dan Debt to Equity Ratio terhadap Earning Response Coeffiecient (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia). Jurnal Telaah & Riset Akuntansi, 1(1), 82-101

Dechow, P., Ge, W., dan Schrand, C., 2010. Understanding earnings quality: a review of the proxies, their determinants and their consequences. Journal of Accounting and Economics 50, 344–401.

Du, S., Bhattacharya, C.B., and Sen, S. (2010). Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication. International Journal of Management Reviews, 12 (1), 8 – 19. doi: 10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x

Ernst & Young's 2013 Ernst & Young's attractiveness surveys

Freeman, R. E. 1984. Strategic management: A stakeholder approach. Boston: Pitman

Ghozali dan Chariri, 2007. Teori Akuntansi. Semarang: Badan Penerbit Undip.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Godfrey, J. (2010). *Accounting Theory 7th Edition*. Jakarta: John Wiley.

Haniffa, R.M., & Cooke, T.E. (2005). The impact of culture and corporate governance on corporate social reporting. *Journal of Accounting and Public Policy*. 24 (5), 391-430..

Harjoto, M. & Laksmana, I. (2015) The Impact of Corporate Social Responsibility on Risk Taking and Firm Value Journal of Business Ethics, Springer, vol. 151(2), pages 353-373, August.

Hassan, O., & Marston, C. (2010). Disclosure measurement in the empirical accounting literature: a review article, Economics and Finance Working Paper Series, Brunel University, Working Paper No. 10–18. http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1640598

Herdirinandasari, S. S., & Asyik, N. F. (2016). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Voluntary Disclousure Terhadap Earning Response Coefficient (ERC). Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi, 5(November), 1–19

Holbrook, M.B. (2013). Corporate social responsibility and earnings response coefficients. *Journal of Finance and Accountancy*. 1-22.

Holbrook, M.B. (2013). Corporate social responsibility and earnings response coefficients. *Journal of Finance and Accountancy*. 1-22.

Kim, J.B., Li, Y., Zhang, L., 2011. Corporate tax avoidance and stock price crash risk: firm-level analysis. Journal of Financial Economics 100 (3), 639– 662.

Mirfazli, E. (2008). Evaluate corporate social responsibility disclosure at Annual Report Companies in multifarious group of industry members of Jakarta Stock Exchange (JSX) Indonesia. *Social Responsibility Journal*. 4 (3), 388-406.

Muttakin, M. B., Khan, A., & Azim, M. I. (2015). Corporate social responsibility disclosures and earnings quality: Are they a reflection of managers' opportunistic behaviour?. *Managerial Auditing Journal*. 30 (3), 277-298.

Naser, K., Al-Khatib, K., & Karbhari, Y. (2002). Empirical Evidende On The Depth Of Corporate Information Dislcosure In Developing Countries: The Case Of Jordan. *International Journal of Commerce and Management*. 12 (3/4), 122-155.

Purwanto, A. (2011). Pengaruh Tipe Industri, Ukuran Perusahaan, Profitabilitas terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi dan Auditing*, 8(1), 12-29.

Pyo, G., & Lee, H.Y. (2013). The Association Between Corporate Social Responsibility Activities And Earnings Quality: Evidence From Donations And Voluntary Issuance Of CSR Reports. *The Journal of Applied Business Research*. 29 (3), 945-962.

Qi, G. Li, X. & Tam, C. (2012) Role of Internalization Process in Defining the Relationship between ISO 14001 Certification and Corporate Environmental Performance Corporate Social Responsibility and Environmental management Volume19, Issue3 Pages 129-140

Roberts, R.W. (1992). Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: An Application of Stakeholder Theory. *Accounting Organizations and Society*. 17 (6), 595-612.

Said, R.S., Y.H. Zainuddin and H. Haron. 2009. "The relationship between corporate social responsibility disclosure and corporate governance characteristics in Malaysian public listed companies." Social Responsibility Journal 5(2): 212-226.

Scott, William R. (2000), Financial Accounting Theory, 2 nd edition, Prentice-Hall Canada Inc., Scarborough, Ontario.

Shahsanam, M & H. Shamakhi. 2016. The Relationship between Corporate Social Responsibility and the Earnings Response Coefficients of the Listed Companies. The Caspian Sea Journal. Volume 10, Issue 1, Supplement 3, pages 107-111.

Stuebs, M., & Sun, L. (2015). Corporate governance and social responsibility. International Journal of Law and Management, 57(1), 38-52. doi:10.1108/IJLMA-04-2014-0034

Suwardjono. 2010. Teori Akuntansi: Pengungkapan dan Sarana Interpretatif. Edisi Ketiga. BPFE, Yogyakarta.

Sweeney, L. & Coughlan J. (2008). Do Different Iindustries Report Corporate Social Responsibility Differently?: An Investigation Through the Lens of Stakeholder Theory. Journal of Marketing Communications Vol. 14, No. 2, April, 113–124

Wang, J., Song, L., Yao, S. (2013). The Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence From China. *The Journal of Applied Business Research*. 29 (6), 1833-1848.

Wolk, H.I., Tearney, M.G., & Dodd, J.L. (2001). *Accounting Theory: A Conceptual an Institutional Approach Fifth Edition*. South-Western College Publishing

Zairi, M. & Peters, J. (2002) "The impact of social responsibility on business performance", Managerial Auditing Journal, Vol. 17 Issue: 4, pp.174 178, https://doi.org/10.1108/02686900210424312