

MANAJEMEN LABA, PROFITABILITAS, UKURAN BANK, DEWAN KOMISARIS DAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK SYARIAH

Elsya Septiani Putri

Magister Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bengkulu

Abstract

This study aims to examine the effect of Earnings Management, Profitability, Bank Size, and Board of Commissioners Size on Corporate Social Responsibility (CSR). The sample of this study consisted of 8 Sharia Commercial Banks registered in the Indonesian Sharia Banking Statistics. Testing the hypothesis in this study using multiple linear regression analysis by following the autoregressive process of order 1 or AR (1) which is estimated simultaneously using the Eviews application. The results of this study indicate that earnings management has a positive effect on Corporate Social Responsibility (CSR), while profitability, bank size, and board size do not affect Corporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Earnings Management, Profitability, Bank Size, and Board Size, Corporate Social Responsibility (CSR)

1. Pendahuluan

Perkembangan bisnis yang semakin modern menuntut perusahaan untuk tidak hanya fokus pada perbaikan dan peningkatan internal atau hanya mencari profit namun, perusahaan juga dituntut untuk fokus dalam meningkatkan hubungan sosialnya dengan kondisi eksternal yang menjadi tanggung jawab sosial perusahaan kepada stakeholder. McGuire (1963) dalam Harahap (2010) mendefinisikan CSR sebagai gagasan mengenai tanggung jawab sosial yang beranggapan bahwa kewajiban perusahaan tidak hanya dalam ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggung jawab tertentu untuk masyarakat yang melampaui dari kewajiban tersebut. Di Indonesia kesadaran mengenai Corporate Social Responsibility (CSR) semakin marak terlihat dari makin banyaknya perusahaan yang mengungkapkan CSR dalam laporan keuangan tahunannya.

Pelaporan tentang CSR yang awalnya bersifat sukarela (Voluntary) menjadi bersifat wajib (mandatory). Dengan adanya UU Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas bahwa laporan tahunan harus memuat beberapa informasi, salah satunya adalah laporan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Menurut Harahap (2014) untuk menjelaskan kecenderungan pengungkapan CSR dapat menggunakan pendekatan berlandaskan beberapa teori yaitu, Teori Stakeholder, Teori Legitimasi, Teori Kontrak Sosial, dan Teori Ekonomi Politik. Penelitian ini menggunakan teori agensi, teori legitimasi dan teori stakeholder, karena ketiga teori itu dapat digunakan dalam menjelaskan Corporate Social Responsibility (CSR) serta hubungannya dengan variabel-variabel yang diduga berpengaruh terhadap CSR, yaitu manajemen laba, profitabilitas, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris.

Selama ini pengukuran pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) pada bank syariah masih mengacu pada Global Reporting Initiative (GRI) Index. Padahal saat ini banyak diperbincangkan mengenai Islamic Social Reporting (ISR) yang sesuai dengan prinsip syariah. Islamic Social Reporting (ISR) adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan yang berbasis syariah.. Pengukuran pengungkapan CSR dalam penelitian menggunakan indeks ISR dengan tema tema keuangan dan investasi (financial and investment theme), tema produk dan jasa (product and service theme), tema

karyawan (employee theme), tema sosial (social theme), tema lingkungan hidup (environment theme), dan tema tata kelola organisasi (corporate governance theme). Adanya biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk mengungkapkan CSR memicu manajemen perusahaan untuk melakukan tindakan manajemen laba. Hal ini dikarenakan perusahaan tidak menginginkan bebannya bertambah sebab dapat menurunkan profitabilitas (Leuz et al., 2003). Hubungan antara manajemen laba dengan CSR dapat dijelaskan dengan menggunakan teori agensi. Hubungan antara manajemen laba dengan CSR dapat dijelaskan dengan menggunakan teori agensi. Adanya asimetri informasi dimana, manajemen yang memiliki informasi lebih banyak dapat melakukan praktek manajemen laba untuk mengelabui para pemegang saham, konsekuensi bila manajer melakukan manajemen laba adalah manajer dapat kehilangan reputasi, pekerjaan, dan karirnya. Untuk menghindari kecurigaan dari stakeholder, manajer membuat suatu kebijakan untuk ditunjukkan kepada stakeholder melalui praktek CSR (Haryudanto, 2011)

Chih et al, (2008) menjelaskan, manajemen laba bisa menjadi negatif, positif, atau tidak berhubungan dengan kinerja CSR.. Penelitian Haryudanto (2011) menunjukkan hasil yang berbeda yaitu manajemen laba tidak berpengaruh terhadap tingkat CSR antara lain disebabkan oleh masih banyak perusahaan di Indonesia yang tergolong perusahaan ekonomis. CSR juga memiliki hubungan dengan profitabilitas, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris. Profitabilitas perusahaan dapat berpengaruh secara positif terhadap CSR, hal ini berdasarkan teori keagenan yang memaparkan bahwa dengan profit yang tinggi manajer kemungkinan melakukan pengungkapan yang lebih luas untuk memperoleh keuntungan pribadi. Sebaliknya, apabila profit menurun, manajer akan mengurangi informasi dengan tujuan menyembunyikan penyebab profit perusahaan menurun (Rosiana, dkk, 2015). Penelitian Sembiring (2005), puspitasari (2009), Kurnianingsih (2013), Haribowo (2015), Triyani, dkk (2016) memperoleh hasil bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap tingkat CSR (Corporate Social Responsibility). Besar kecilnya profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR dikarenakan perusahaan akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang sudah menjadi kewajiban perusahaan sebagaimana telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007.

Perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Dengan demikian, perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, dan sumber daya manusia yang lebih banyak untuk dapat melakukan pengungkapan yang lebih sesuai dengan prinsip Islam (Othman et al., 2009). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan tingkat CSR. Hasil penelitian yang sejalan dengan hal ini adalah penelitian yang dilakukan oleh Haniffa dan Cooke (2005), Sembiring (2005), Roziani dan Sofie (2010), Nurkhin (2010), Widiawati dan Raharja (2012) menyatakan semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Anggraini (2006), Kurnianingsih (2013), tidak sejalan menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR suatu perusahaan, dengan demikian pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tidak terkait dengan besar kecilnya size dari perusahaan tersebut.

Terkait dengan pengungkapan informasi oleh perusahaan berdasarkan teori agensi, semakin besar ukuran dewan komisaris, maka pengawasan terhadap perusahaan akan semakin baik. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Khoirudin (2013), Chariri (2012), Wibawa (2014) dan Rosiana, dkk (2015) menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap pengungkapan CSR. Penelitian yang dilakukan oleh Wijaya (2012), Lestari (2013), Trisnawati (2014), Rohmah (2015), tidak berhasil membuktikan adanya hubungan positif antara ukuran dewan komisaris dengan pengungkapan CSR. Penyebabnya karena dewan komisaris menggunakan laba perusahaan untuk aktivitas operasional yang lebih menguntungkan daripada melakukan aktivitas sosial.

Penelitian ini mengembangkan penelitian yang dilakukan oleh Othman, et al. (2009) yang menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, komposisi dewan komisaris dan jenis industri terhadap CSR pada perusahaan syariah yang terdaftar di Bursa Efek Malaysia, dikarenakan sampel dan tempat dalam penelitian ini berbeda dari penelitian tersebut, serta dikarenakan hasil dari penelitian terdahulu yang

dilakukan oleh Haribowo (2015), yang mendapatkan hasil bahwa komposisi dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR, maka pada penelitian ini ukuran perusahaan, profitabilitas dan ukuran dewan komisaris yang diuji kembali pengaruhnya terhadap CSR pada Bank Umum Syariah di Indonesia dengan menggunakan Indeks Islamic Social Responsibility (ISR).

Penelitian ini juga menambah satu variabel yang akan diuji yaitu manajemen laba yang mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Grogiou et al. (2014). Grogiou et al. (2014) menguji hubungan antara manajemen laba dan CSR terhadap perusahaan perbankan yang ada di AS. Hasil penelitiannya menunjukkan adanya pengaruh yang positif antara manajemen laba dan CSR. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Mustika (2015) juga menunjukkan adanya hubungan positif antara manajemen laba dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Tujuan Penelitian ini adalah Mendapatkan bukti empiris bahwa manajemen laba, profitabilitas, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap CSR.

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Teori Legitimasi

Legitimasi merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap masyarakat, pemerintah, individu, dan kelompok masyarakat (Hadi, 2011). Legitimasi organisasi dapat dilihat sebagai sesuatu yang diberikan masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Dengan demikian, legitimasi dapat dikatakan sebagai manfaat atau sumber potensial bagi perusahaan untuk bertahan hidup (Ghozali dan Chariri, 2007). Dalam penelitian ini, teori legitimasi berhubungan dengan kepatuhan bank syariah terhadap prinsip-prinsip Islam dalam hal menjalin hubungan yang baik dengan para stakeholders dan juga menjaga lingkungan sekitar bank syariah agar tidak terganggu dengan aktivitas operasional perbankan. Bentuk kepatuhan ini salah satunya diimplementasikan dengan melakukan pengungkapan Corporate Sosial Responsibility (CSR) dalam laporan tahunan. CSR dipandang sebagai suatu kebijakan yang disetujui antara perusahaan dengan masyarakat. Masyarakat yang dimaksud di sini adalah masyarakat yang telah memberikan izin kepada perusahaan untuk menggunakan sumber daya alam dan manusianya serta izin untuk melakukan kegiatan operasionalnya. Jadi dalam pelaporan CSR bank syariah harus mengikuti aturan-aturan yang berlaku di masyarakat dan prinsip-prinsip syariah.

2.2. Teori Stakeholder

Gray, et al. (1997) dalam Chariri dan Ghazali (2007) menyatakan kelangsungan hidup perusahaan tergantung pada stakeholder, dan dukungan tersebut harus dicari, sehingga aktivitas perusahaan adalah untuk mencari dukungan tersebut. Semakin powerfull stakeholder, semakin besar usaha perusahaan untuk beradaptasi. Pengungkapan sosial dianggap sebagai media komunikasi antara perusahaan dengan stakeholdernya. Pelaksanaan CSR diharapkan keinginan dari stakeholder dapat terakomodasi sehingga akan menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan stakeholder nya. Hubungan yang harmonis akan berakibat pada perusahaan dapat mencapai keberlanjutan atau kelestarian perusahaannya (sustainability). Dalam penelitian ini teori stakeholder diterapkan dalam variabel profitabilitas dan CSR. Kedua variabel ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajibannya dan menunjukkan kepeduliannya kepada para pemegang kepentingan (Fahrizqi, 2010)..

2.3. Teori keagenan

Teori keagenan memiliki keterkaitan dengan kinerja perbankan. Bank dalam menjalankan kegiatan operasionalnya untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan tidak terlepas dari kinerja manajemen

bank tersebut. Oleh karena itu, pemegang saham (principal) memiliki hubungan dengan pihak manajemen bank. Masalah keagenan dalam penelitian ini terjadi antara pemegang saham (principal) dengan manajer (agent) dan antara manajer dengan stakeholder. Manajer mempunyai akses yang lebih banyak pada perusahaan yang dikelolanya dibanding dengan pemegang saham sehingga hal ini dapat menyebabkan asimetri informasi. Stakeholders berharap manajemen perbankan dapat melaporkan kegiatan bisnisnya secara transparan dan terperinci termasuk mengenai pengungkapan tanggung jawab sosialnya yang dapat membantu mereka dalam pengambilan keputusan. Teori agensi ini juga digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan dan ukuran dewan komisaris terhadap Corporate Sosial Responsibility (CSR).

2.4. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

McGuire (1963) dalam Hassan dan Harahap (2010) mendefinisikan CSR sebagai gagasan mengenai tanggung jawab sosial yang beranggapan bahwa kewajiban perusahaan tidak hanya dalam ekonomi dan hukum, tetapi juga tanggung jawab tertentu untuk masyarakat yang melampaui dari kewajiban tersebut. CSR bermanfaat bagi perusahaan dalam berbagai hal (Hasan dan Harahap, 2010): Pengungkapan nilai-nilai CSR dan tujuannya dalam laporan perusahaan dan sasaranannya meningkatkan daya tarik saham perusahaan untuk tanggung jawab sosial perusahaan kepada para investor, memberikan informasi yang jelas tentang posisi dan keyakinan perusahaan, mengurangi ketidakpastian tentang risiko dan tindakan jangka panjang.

CSR dikonsepsikan sebagai piramid yang terdiri dari empat macam unsur tanggung jawab yang harus dipertimbangkan secara berkesinambungan yaitu: (Yosephus, 2010) Tanggung jawab ekonomi (Economic Responsibilities). Tanggung jawab ekonomi merujuk pada fungsi utama bisnis yang bersifat profit oriented. Aktifitas ekonomi dalam profit oriented akan bersinergi dengan CSR jika didasari oleh iktikad untuk memberikan price yang memihak pada nasabah, Tanggung jawab hukum (Legal responsibilities), Tanggung jawab etis (Ethical responsibilities) berimplikasi pada kewajiban menyesuaikan segala aktivitas dengan norma sosial dan etika yang berlaku meskipun tidak tertera dalam bentuk tertulis secara formal dan Tanggung jawab Filantropis (Philantropic responsibilities adalah tanggung jawab terhadap sesama mencakup peran aktif bank syariah dalam memajukan kesejahteraan manusia.

2.5. *Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Perspektif Islam*

Berdasarkan perspektif Islam, tujuan utama dari pelaporan perusahaan adalah untuk menunjukkan kepatuhan terhadap syariah (Hassan dan Harahap, 2010). Menurut Haniffa (2002), tujuan dari social reporting dalam perspektif Islam adalah menunjukkan akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kebutuhan spiritual investor muslim dalam pengambilan keputusan. Konsep pertanggungjawaban sosial dalam Islam terkait dengan prinsip penuh pengungkapan, dimana penyajian rekening harus mengungkapkan segala sesuatu yang diyakini, yang penting bagi pengguna Islam untuk tujuan melayani Allah SWT. Konsep pengungkapan penuh dengan demikian terkait dengan konsep akuntabilitas. Oleh karena itu tujuan utama dari ISR yaitu untuk menunjukkan kepatuhan organisasi terhadap prinsip-prinsip Islam, untuk menunjukkan bagaimana operasi organisasi telah mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Islam, dan untuk membantu umat Muslim melakukan tugas keagamaan mereka (Othman et al., 2010)..

2.6. *Komitmen Organisasi*

2.6 Islamic Social Reporting (ISR)

ISR adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan-perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan AAOIFI (Accounting and Auditing Organization for Islamic Institution) yang kemudian dikembangkan lebih lanjut oleh para peneliti mengenai item-item CSR yang seharusnya diungkapkan oleh suatu entitas Islam. Haniffa (2002) membuat lima tema pengungkapan indeks ISR, yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup. Kemudian dikembangkan oleh Othman et al. (2009) dengan menambahkan satu tema pengungkapan yaitu tema tata kelola perusahaan.

Pendanaan dan Investasi (Finance and Investment). Konsep dasar pada tema ini adalah tauhid, halal & haram, dan wajib. Beberapa informasi yang diungkapkan pada tema ini menurut Haniffa (2002) adalah praktik operasional yang mengandung riba, gharar, dan aktivitas pengelolaan zakat.

Produk dan Jasa (Product and Services) Menurut Othman et al. (2009) beberapa aspek yang perlu diungkapkan pada tema ini adalah status kehalalan produk yang digunakan dan pelayanan atas keluhan konsumen. Dalam konteks perbankan syariah, maka status kehalalan produk dan jasa baru yang digunakan adalah melalui opini yang disampaikan oleh DPS untuk setiap produk dan jasa baru.

Karyawan (Employees) Dalam ISR, segala sesuatu yang berkaitan dengan karyawan berasal dari konsep etika amanah dan keadilan. Menurut Haniffa (2002) dan Othman dan Thani (2010) menjelaskan bahwa masyarakat muslim ingin mengetahui apakah karyawan-karyawan perusahaan diperlakukan secara adil dan wajar melalui informasi-informasi yang diungkapkan. Beberapa informasi yang berkaitan dengan karyawan menurut Haniffa (2002) dan Othman et al. (2009) diantaranya jam kerja, hari libur, tunjangan untuk karyawan, dan pendidikan & pelatihan karyawan.

Masyarakat (social/community involment) Beberapa aspek pengungkapan tema masyarakat yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sedekah, wakaf, dan pinjaman kebajikan (Haniffa, 2002). Sedangkan beberapa aspek lainnya yang dikembangkan oleh Othman et al. (2009) diantaranya adalah sukarelawan dari kalangan karyawan, pemberian beasiswa pendidikan, pemberdayaan kerja para lulusan sekolah atau mahasiswa magang.

Lingkungan Hidup (Environment). Othman dan Thani (2010) menegaskan bahwa perusahaan tidak seharusnya terlibat dalam setiap jenis kegiatan yang mungkin merusak atau membahayakan lingkungan hidup. Dengan demikian informasi yang terkait dengan penggunaan sumber daya dan program yang dilakukan untuk melindungi lingkungan harus diungkapkan. Informasi yang diungkapkan dalam tema lingkungan hidup diantaranya kampanye go green, konservasi lingkungan hidup, tidak membuat polusi lingkungan hidup, pendidikan mengenai lingkungan hidup, penghargaan dibidang lingkungan hidup, dan sistem manajemen lingkungan (Haniffa, 2002; Othman et al, 2009, Fauziah dan Yudho, 2013).

Tata Kelola Perusahaan (corporate Governance). Informasi yang diungkapkan dalam tema tata kelola perusahaan adalah status kepatuhan terhadap syariah, rincian nama dan profil direksi, DPS dan komisaris, laporan kinerja (komisaris, DPS dan direksi), kebijakan remunerasi (komisaris, DPS dan direksi), laporan pendapatan dan penggunaan dana non halal, laporan perkara hukum, struktur kepemilikan saham, kebijakan anti korupsi dan anti terorisme.

2.7. Manajemen Laba

Manajemen laba adalah campur tangan dalam proses penyusunan pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadi (Subramanyam dan Wild, 2013). Menurut Siregar, dkk (2005) dalam Subani (2009) motivasi perusahaan dalam hal ini manajer melakukan manajemen laba adalah: Bonus Scheme (rencana bonus). Manajer perusahaan yang menggunakan rencana bonus akan memaksimalkan pendapatan masa sekarang atau tahun berjalan mereka, Debt Covenant (kontrak utang jangka panjang). Motivasi ini sejalan dengan hipotesis debt covenant dalam teori akuntansi positif yaitu semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian utang maka manajer akan cenderung memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan

laba periode mendatang ke periode berjalan, Political Motivation (motivasi politik). Perusahaan-perusahaan besar dan industri strategis cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, khususnya selama periode kemakmuran tinggi dan Taxation Motivation (motivasi perpajakan). Perpajakan merupakan salah satu alasan utama mengapa perusahaan mengurangi laba yang dilaporkan. Dengan mengurangi laba yang dilaporkan maka perusahaan dapat meminimalkan besar pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah

2.8. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dengan menggunakan sejumlah modal tertentu. Profitabilitas digunakan untuk menilai sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba pada tingkat yang dapat diterima. Heinze (1976) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibilitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban sosial kepada pemegang saham. Hal ini berarti semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi sosial (Rohmah, 2015). Dari perspektif Islam, perusahaan harus bersedia untuk memberikan pengungkapan penuh tanpa melihat apakah perusahaan memberikan keuntungan atau tidak (Haniffa, 2002).

2.9. Ukuran Perusahaan (Size)

Ukuran perusahaan merupakan skala yang menentukan besar atau kecilnya perusahaan. Tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan antara lain, total penjualan, rata-rata tingkat penjualan, dan total aktiva. Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi pada tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah, dan perusahaan kecil (Ariestyawati, 2013). Dikaitkan dengan teori agensi seperti yang dinyatakan Sembiring (2005), bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih banyak. Secara umum perusahaan besar akan mengungkapkan informasi lebih banyak daripada perusahaan kecil (Pradipta dan Purwaningsih, 2012). Hal ini dikarenakan perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibanding perusahaan kecil. Secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan politis, yaitu tekanan untuk melakukan pertanggungjawaban sosial.

2.10. Ukuran Dewan Komisaris

Dewan komisaris adalah organ perseroan yang bertugas melakukan pengawasan secara umum atau khusus sesuai dengan anggaran dasar serta memberi nasehat kepada dewan direksi. Dewan komisaris melakukan pengawasan atas kebijakan pengurusan, baik mengenai perseroan maupun usaha perseroan dan memberi nasehat kepada direksi. Menurut Akhtaruddin, et al. (2009) dalam Waryanto (2010) ukuran dewan komisaris yang lebih besar berarti lebih besar pula pengalaman dan keahlian yang dimiliki oleh dewan tersebut, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelaksanaan pengawasan. Jika dikaitkan dengan teori agensi, anggota dewan yang lebih besar akan memudahkan pengendalian terhadap agen dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif sehingga dapat mengurangi tindakan menyimpang dari agen. Selain itu, tekanan yang lebih besar terhadap manajemen akan mendorong manajemen melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial yang lebih besar (Wibawa, 2014).

2.11. Penelitian terdahulu dan Hipotesis

Prior, et al. (2007), menyatakan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan stakeholder melalui kebijakan CSR. Grougio, et al. (2014), menunjukkan bahwa manajer yang mempraktikkan manajemen laba dalam perusahaannya cenderung lebih intensif melakukan kegiatan CSR. Manajer percaya bahwa dengan memenuhi kepuasan stakeholder dan mewujudkan kesan yang baik terhadap lingkungan dan sosial maka kecurigaan dari stakeholder dapat dikurangi sehingga kemungkinan untuk diamati oleh stakeholder yang sudah puas juga dapat dikurangi.

H1 : Manajemen laba berpengaruh positif terhadap CSR.

Bowman dan Haire (1976) menyatakan bahwa hubungan antara pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dan profitabilitas perusahaan tercermin dalam pandangan bahwa reaksi sosial memerlukan gaya manajerial yang diperlukan untuk membuat suatu perusahaan memperoleh keuntungan. Ketika tanggung jawab agen kepada prinsipal terpenuhi, yaitu memperoleh keuntungan, maka akan memberikan keleluasaan manajemen perusahaan untuk mengungkapkan CSR. Hasil penelitian Othman, et al. (2009) menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh secara positif terhadap luas pengungkapan CSR.

H2: Profitabilitas berpengaruh positif terhadap CSR

Sembiring (2005), menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas. Menurut Cowen et al., (1987) secara teoritis perusahaan besar tidak akan lepas dari tekanan, dan perusahaan yang lebih besar dengan aktivitas operasi dan pengaruh yang lebih besar terhadap masyarakat mungkin akan memiliki pemegang saham yang memperhatikan program sosial yang dibuat perusahaan sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan akan semakin luas (Sari, 2012). Othman, et al. 2009) menyatakan bahwa perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang lebih besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, sumber daya yang lebih banyak sehingga perusahaan besar akan lebih mengungkapkan kegiatan sosialnya sesuai dengan prinsip Islam.:

H3: Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR

Teori stakeholder menyatakan bahwa dewan komisaris sebagai wakil dari shareholder dan stakeholder perusahaan. Ukuran dewan komisaris yang besar dalam suatu perusahaan akan meningkatkan pengawasan terhadap kinerja direksi dalam mengelola perusahaan, termasuk dalam praktik dan pengungkapan CSR. Semakin banyak komisaris maka semakin mudah dalam pengontrolan kinerja manajer serta terciptanya efektivitas di perusahaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (Fahmi, 2015). Hal ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Chariri (2011) yang meneliti hubungan antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan Corporate Social Responsibility pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, hasil dari penelitian tersebut menunjukkan adanya hubungan signifikan positif antara ukuran dewan komisaris terhadap pengungkapan CSR.

H4: Ukuran Dewan Komisaris berpengaruh positif terhadap CSR

3. Metode Penelitian

3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

3.1.1. CSR

Pengungkapan CSR adalah salah satu media bagi bank syariah untuk menunjukkan tanggung jawabnya kepada para pemangku kepentingan. Penilaian menggunakan scoring dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut: a. Nilai 0: Jika sama sekali tidak ada pengungkapan terkait item CSR berdasarkan ISR pada laporan tahunan dan Nilai 1: Jika terdapat pengungkapan terkait item CSR berdasarkan ISR pada laporan tahunan.

$$CSR \text{ Disclosure Index (CDI}_{jt}) = (\sum_{i=1}^n [X_{IJT}]) / N$$

Dimana :

CDI_{jt} = CSR Disclosure Index untuk dimensi j dan periode t

X_{ijt} = Variabel X dari 1 sampai n untuk dimensi j dan periode t

N = Jumlah variabel/ pernyataan (50)

3.1.2. Manajemen Laba

Penelitian ini mengikuti penelitian Beatty et al. (2002) dan Cornett et al. (2009) dalam Grogioiu et al. (2014) dengan memperkirakan LLP. Secara khusus, penelitian Grogioiu et al. (2014) memperkirakan dengan OLS regression dan menghapus observasi yang berpengaruh dengan menggunakan kriteria jarak. Dengan demikian, memperkirakan model 1 sebagai berikut:

$$[[LLPTL]]_{it} = \alpha_t + b_1 [[SIZE]]_{it} + b_2 [[NPL]]_{it} + b_3 [[LLR]]_{it} + b_4 [[REAL]]_{it} + b_5 [[COM]]_{it} + b_6 [[CON]]_{it} + \epsilon_{it} \dots \dots \dots (1)$$

Keterangan :

LLP = Penyisihan Penghapusan Aktiva Produktif (Loan Loss Provisions)

TL/TF= Total Kredit (Total Loans)/ Total Pembiayaan (Total Financing)

SIZE = Ukuran Perusahaan (diukur dengan logaritma natural dari total aset)

NPL = Kredit/ Pembiayaan Bermasalah (Non Performing Loans)

LLR = Cadangan Kerugian Kredit (Ratio of Loans Reserves to Total Loans)

REAL = Rasio kredit/ Rasio pembiayaan real estate (ratio of real-estate loans)

COM = Rasio kredit komersial dan industri (ratio of commercial and industrial loans)

CON = rasio kredit nasabah dan cicilan (ratio of consumer and installment) atau rasio pembiayaan nasabah

Menurut Cornett et al. (2009) dalam Grogioiu, et al. (2014) istilah error term pada persamaan (1), selanjutnya akan digunakan pada persamaan (2) yang digunakan menentukan DLLP

$$[[DLLP]]_{it} = \epsilon_{it} \times [[LOANS]]_{it} / [[ASSETS]]_{it} \dots \dots \dots (2)$$

Keterangan :

DLLP_{it} = Diskresioner penyisihan penghapusan aktiva produktif perusahaan i pada periode t

LOANS_{it} = Total Kredit perusahaan i pada periode t / Total pembiayaan

ASSETS_{it} = Total Aset perusahaan i pada periode t

Untuk menentukan diskresioner RSGL (DRSGL), kembali mengikuti penelitian dari Beatty et al. (2002) dan Cornett et al. (2009). Jadi, kita menjalankan fixed-efek OLS regresi dan menghapus pengamatan berpengaruh dengan menggunakan penelitian Cook, 1997 dalam Grogioiu et al., (2014). Istilah error term pada persamaan (2), selanjutnya akan digunakan pada persamaan (3) yang digunakan kriteria jarak dalam model di bawah ini:

$$[[RSGL]]_{it} = \alpha_t + b_1 [[SIZE]]_{it} + b_2 [[URSGL]]_{it} + \epsilon_{it} \dots \dots \dots (3)$$

Keterangan:

RSGL = Keuntungan maupun kerugian surat berharga yang dapat direalisasi

SIZE = Ukuran perusahaan (diukur dengan logaritma natural dari total aset)

URSGL= Keuntungan maupun kerugian surat berharga yang tidak dapat direalisasi

Residual dari persamaan (3) disebut dengan "akrual abnormal". Dengan demikian, manajemen laba (EM) untuk setiap sampel bank sebagai perbedaan antara RSGLs diskresioner dan LLPs diskresioner (Cornett et al., 2009 dalam Grogiou et al., 2014). Dengan demikian didapat rumus untuk menentukan manajemen laba (EM) sebagai berikut :

$$[(EM)]_{it} = [(DRSGL)]_{it} - [(DLLP)]_{it} \dots \dots \dots (4)$$

Keterangan:

[(EM)]_{it} = Manajemen laba perusahaan i pada periode t

[(DRSGL)]_{it} = Diskresioner keuntungan maupun kerugian surat berharga yang dapat direalisasi perusahaan i pada periode t

[(DLLP)]_{it} = Diskresioner penyisihan penghapusan aktiva produktif perusahaan i pada periode t

3.1.3. Profitabilitas

Profitabilitas diukur dengan menggunakan rasio Return On Asset (ROA). ROA merupakan rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan dari setiap rupiah aktiva yang digunakan dan memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektivitas manajemen dalam menggunakan aktiva dalam upaya memperoleh pendapatan (Darsono dan Ashari, 2005). Rumus Perhitungan ROA adalah sebagai berikut :

$$\text{Return on Asset (ROA)} = (\text{Laba Bersih})/(\text{Total Aktiva})$$

3.1.4. Ukuran bank

Ukuran bank adalah besarnya lingkup atau luas perusahaan dalam menjalankan operasinya. Sebagai proksi ukuran perusahaan, penelitian ini menggunakan log of total assets

$$.Size = LN (\text{Total Assets})$$

Keterangan:

LN (Total Assets) = Logaritma natural total aktiva

3.1.5. Ukuran Dewan Komisaris

Ukuran dewan komisaris dalam penelitian ini adalah sama dengan penelitian Fahmi (2015) yaitu dilihat dari banyaknya jumlah anggota dewan komisaris perusahaan. Adapun pengukurannya dengan menggunakan rumus :

$$UDEKOM = \sum \text{Jumlah dewan komisaris Bank Umum Syariah}$$

3.2. Metode Pengambilan Sampel

Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan metode purposive sampling dengan tujuan untuk mendapatkan sampel yang representatif sesuai dengan kriteria yang ditentukan. Kriteria yang ditetapkan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bank Umum Syariah yang terdaftar di Statistik Perbankan Syariah Indonesia dari tahun 2010-2015 dan Bank Umum Syariah yang memiliki laporan tahunan (annual report) lengkap selama tahun 2010-2015.

3.3. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan model regresi linear berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$CSR_{i,t} = \alpha_0 + \alpha_1 TAI_{i,t} + \alpha_2 ROA + \alpha_3 SIZE_{i,t} + \alpha_4 UDEKOM_{i,t} + \epsilon_{it} \dots \dots \dots (5)$$

Dimana :

| | |
|--------|---|
| CSR | = Indeks pengungkapan corporate social responsibility |
| TAit | = Ukuran manajemen laba |
| ROA | = EBIT dibagi total aktiva |
| SIZE | = log of total asset |
| UDEKOM | = Jumlah dewan komisaris yang ada |

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

4.1. Deskriptif Statistik

Tabel 1 menunjukkan bahwa nilai rata-rata variabel CSR lebih kecil dibandingkan dengan nilai standar deviasinya ($0,651414 > 0,1194246$). Hal ini menggambarkan bahwa nilai pengungkapan CSR pada penelitian ini cukup bervariasi. Selanjutnya nilai rata-rata variabel manajemen laba adalah sebesar 0,000668 atau 0,0668%. Nilai rata-rata manajemen laba sebesar 0,000668 yang mendekati nilai nol menunjukkan tindakan manajemen laba yang dilakukan Bank Umum Syariah sangat kecil. Nilai rata-rata manajemen laba lebih kecil dari nilai standar deviasinya ($0,000668 > 0,0041925$) menggambarkan bahwa pola manajemen laba yang dilakukan oleh Bank Umum Syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini cukup bervariasi.

Selanjutnya variabel profitabilitas bank umum syariah diukur dengan ROA menunjukkan nilai rata-rata variabel ROA lebih besar dari nilai standar deviasinya ($0,005790 > 0,0053524$) yang berarti bahwa nilai variabel ROA dalam penelitian ini kurang bervariasi. Selanjutnya variabel ukuran bank (size), nilai rata-rata dari variabel ukuran bank lebih besar dari nilai standar deviasinya ($30,0565 > 1,1043781$) yang menunjukkan bahwa tidak ada variasi ukuran perusahaan pada sampel dalam penelitian ini. Terakhir variabel ukuran dewan komisaris (udekom). Jumlah rata-rata dewan komisaris yang dimiliki oleh seluruh bank umum syariah yang menjadi sampel dalam penelitian ini telah memenuhi ketentuan yang diatur dalam Peraturan Bank Indonesia Nomor 11/33/PBI/2009 tentang pelaksanaan good corporate governance bagi Bank Umum Syariah dan Unit Usaha Syariah yang menyatakan bahwa bank umum syariah harus memiliki dewan komisaris sekurang-kurangnya sebanyak 3 orang. Nilai rata-rata ukuran dewan komisaris lebih besar dibandingkan dengan nilai standar deviasinya ($4,081 > 1,2105641$). Hal ini menunjukkan bahwa jumlah variabel udekom kurang bervariasi

Table 1. Deskriptif Statistik

| Variabel | Mean | Std. Deviation |
|----------|----------|----------------|
| CSR | 0,651414 | 0,1194246 |
| EM | 0,000668 | 0,0041925 |
| ROA | 0,005790 | 0,0053524 |
| SIZE | 30,0565 | 1,4043871 |
| UDEKOM | 4,081081 | 1,2105641 |

4.2. Hasil Analisis Berganda

Tabel 2 menunjukkan bahwa nilai Adjusted R² pada penelitian ini adalah sebesar 0,652553. Hal ini menggambarkan bahwa besar persentase variabel CSR yang bisa dijelaskan oleh variabel independennya yaitu EM, ROA, SIZE, dan Udekom dipersentasekan sebesar 65,2553 %, sedangkan 34,7447% dijelaskan oleh variabel lain diluar model.

Hasil pengujian hipotesis 1 antara variabel manajemen laba dengan variabel CSR (Corporate Social Responsibility) pada Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,218399 dan nilai signifikan sebesar 0,0491. Nilai koefisien yang positif dan nilai signifikansi yang $< 0,05$ menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara manajemen laba dengan CSR. Maka dapat disimpulkan hipotesis pertama

diterima. Hasil pengujian hipotesis antara variabel ROA dengan CSR pada Tabel 4.10 menunjukkan nilai koefisien variabel ROA sebesar -0,076660 dengan nilai signifikansi sebesar 0,1016. Nilai koefisien yang negatif menggambarkan terdapat hubungan negatif antara ROA dengan CSR. Namun dikarenakan nilai signifikannya $> 0,05$ maka, dapat disimpulkan bahwa ROA tidak berpengaruh secara terhadap CSR, sehingga hipotesis kedua ditolak.

Hasil pengujian antara variabel ukuran perusahaan (size) dengan CSR pada Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien variabel ukuran perusahaan (size) sebesar - 0,000179 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,5498. Nilai koefisien yang negatif menggambarkan bahwa terdapat hubungan negatif antara size dengan CSR. Namun dengan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 ($0,5498 > 0,05$) menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang antara size dengan CSR pada Bank Umum Syariah, maka hipotesis ketiga ditolak. Hasil pengujian hipotesis antara variabel ukuran dewan komisaris dengan CSR pada Tabel 2 menunjukkan nilai koefisien sebesar -0,000909 dengan nilai signifikansi sebesar 0,0755. Koefisien yang bernilai negatif menunjukkan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif terhadap CSR pada Bank Umum Syariah. Namun nilai signifikansi yang dimiliki oleh variabel ukuran dewan komisaris lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat ditolak

Table 2. Hasil Regresi Berganda

| Variabel | Koefisien | Nilai t | Sig |
|-------------------------|-----------|-----------|---------|
| EM | 0,218399 | 1,967960 | 0,0491* |
| ROA | -0,076660 | -1,637020 | 0,1016 |
| SIZE | -0,000179 | -0,598096 | -0,5498 |
| UDEKOM | -0,000909 | -1,777599 | 0,0755 |
| Adjusted R ² | | 0,652553 | |
| F-hitung | | 24,230 | |
| Sig | | 0,000 | |

4.3. Pembahasan

4.3.1. Manajemen Laba terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Berdasarkan hasil pengujian pada hipotesis pertama menunjukan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan yang memiliki manajemen laba yang tinggi mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) lebih banyak dibandingkan bank yang memiliki manajemen laba rendah. Berdasarkan statistik deskriptif nilai rata-rata (mean) variabel manajemen laba yang dimiliki oleh Bank Umum Syariah yang menjadi sampel bernilai positif dan mendekati nilai nol menunjukkan bahwa secara rata-rata bank tersebut selama periode pengamatan cenderung melakukan tindakan manajemen laba dengan pola maksimalisasi laba walaupun sangat sedikit. Hal ini semakin diperjelas dengan data yang telah dikumpulkan, bank yang melakukan manajemen laba dengan pola maksimalisasi laba dan minimalisasi laba menunjukkan adanya perbedaan dalam pengungkapan CSR, walapun perbedaan tersebut tidak signifikan. Hal inilah yang menyebabkan manajemen laba berpengaruh terhadap CSR pada Bank Umum Syariah. Perusahaan yang memiliki manajemen laba yang tinggi cenderung membuat pencitraan positif dengan melakukan pengungkapan CSR. Sehingga semakin tinggi manajemen laba akan menyebabkan semakin tinggi pengungkapan CSRnya. Pengungkapan CSR dilakukan oleh perusahaan sebagai alasan strategis dalam menjaga hubungan dengan para stakeholdernya dan CSR digunakan sebagai mekanisme perlindungan diri manajemen atas tindakan manajemen laba yang dilakukan. Sedangkan bank yang manajemen labanya rendah mengungkapkan CSR, bukan karena termotivasi oleh tindakan manajemen laba, tetapi mungkin hanya untuk memenuhi peraturan yang ada yaitu UU No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan terbatas.

Hasil penelitian ini sejalan dengan teori agensi. Berdasarkan teori agensi, diasumsikan bahwa individu-individu bertindak berdasarkan self interest atau untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan adanya asimetri informasi mendorong manajemen untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui pemilik. Keadaan ini menyebabkan konflik kepentingan antara manajemen dengan pemilik. Untuk meminimalkan konflik kepentingan ini dibuatlah laporan keuangan (Jensen dan Meckling, 1976). Namun, laporan keuangan ini rentan akan manipulasi, sehingga menciptakan keadaan oportunistik yaitu manajemen laba, sehingga laporan keuangan tersebut tidak mencerminkan gambaran ekonomi yang akurat dari perusahaan. Akibatnya para stakeholder dapat membuat penilaian yang salah terhadap perusahaan tersebut. Perusahaan akan terkena dampak negatif jika terdeteksi melakukan manajemen laba seperti, hilangnya komitmen karyawan, kehilangan pelanggan, tekanan dari investor, pembelotan dari mitra kerja, boikot dari masyarakat dan pemberitaan jelek dari media, dan akhirnya merusak reputasi perusahaan, perusahaan akan kehilangan dukungan dan meningkatnya kewaspadaan dan kecurigaan dari para stakeholder (Zahra et al., 2005). Untuk mempertahankan posisi manajer dan mendapatkan dukungan kembali, maka manajemen membuat kebijakan CSR. Melalui kegiatan CSR, manajer mengejar tujuan yang berbeda yaitu untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat, regulasi yang menguntungkan dan berkurangnya kemungkinan produk perusahaan diboikot serta dapat mengurangi kemungkinan sedang diawasi oleh stakeholder.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Grogio et al. (2014), Sari dan Utama (2014), Prior, et al. (2007) yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap tingkat CSR. Dalam penelitiannya Prior, et al. (2007) menjelaskan bahwa manajer yang melakukan manajemen laba akan terdorong untuk melaksanakan kegiatan CSR sehingga dapat mengurangi kemungkinan dipecat atau diambil alih posisinya oleh orang lain bila diketahui melakukan manajemen laba. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Djuitaningsih dan Marsyah (2012). Imhoff dan Thomas (1994) dalam Djuitaningsih dan Marsyah (2012) menyatakan bahwa perusahaan dengan metode akuntansi yang lebih konservatif (diproksikan dengan perusahaan yang terlibat untuk mengurangi manajemen laba) akan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya (CSR) lebih banyak kepada Stakeholder. Pengungkapan tanggung jawab sosial akan membuat pelaporan keuangan menjadi transparan sehingga mendorong manajer untuk mengurangi praktik manajemen laba. Berdasarkan teori legitimasi dan teori stakeholder, untuk mendapatkan legitimasi dari masyarakat dan dukungan dari para stakeholder, perusahaan harus mengungkapkan lebih banyak CSR dengan mengurangi tindakan manajemen laba.

4.3.2. Return On Asset (ROA) terhadap Corporate Social Responsibility (CSR)

Hasil pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa ROA tidak berpengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR yang dilakukan oleh Bank Umum Syariah tidak tergantung dengan tingkat ROA yang dihasilkan oleh bank tersebut. Jika dilihat dari hasil statistik deskriptif, rata-rata (mean) tingkat profitabilitas yang dimiliki oleh Bank Umum Syariah yang menjadi sampel selama periode pengamatan termasuk ke dalam bank yang tidak profitable, namun dengan tingkat ROA yang tergolong kecil bank umum syariah tetap melakukan pengungkapan CSR. Untuk melakukan pengungkapan CSR sebuah perusahaan memerlukan biaya yang dapat mengurangi profitabilitas yang dihasilkan, dengan tingkat profitabilitas yang dihasilkan baik saat mengalami peningkatan atau penurunan Bank Umum Syariah tidak selalu mempertimbangkan untuk mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan pengungkapan CSR. Sehingga sebesar apapun tingkat profitabilitasnya Bank Umum Syariah akan tetap melakukan pengungkapan CSR. Selain itu, perusahaan Bank Umum Syariah menganggap bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan akan memberikan nilai positif bagi perusahaan.

Hasil penelitian ini tidak mendukung teori agensi, teori legitimasi dan teori stakeholder yang menyatakan bahwa perolehan laba yang semakin besar akan membuat perusahaan mengungkapkan informasi sosial yang lebih luas. Hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan laba yang tinggi akan

menjadi sorotan, maka perusahaan akan mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan tanggung jawab sosial (Sari, 2012). Dengan kata lain perusahaan dengan profit yang lebih tinggi kemungkinan akan melakukan pengungkapan yang lebih luas dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi, seperti promosi jabatan dan kompensasi (Watts dan Zimmerman, 1986). Sebaliknya, apabila profit perusahaan menurun, manajer akan cenderung mengurangi informasi yang diungkapkan dengan tujuan untuk menyembunyikan alasan-alasan mengapa profit perusahaan mengalami penurunan Rosiana, dkk (2015).

Ketidakkonsistenan antara hasil penelitian ini dengan teori terjadi karena bank umum syariah akan tetap mengungkapkan tanggung jawab sosial perusahaan yang sudah menjadi kewajiban perusahaan sebagaimana telah diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007. Pengungkapan CSR perusahaan akan dapat melangsungkan usahanya dalam jangka panjang, dan memantapkan brand positioning mereka di masyarakat yang akan menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan karena dapat menaikkan pendapatan atau laba. Walaupun tujuan utamanya mencari keuntungan namun perusahaan tidak dapat dilepaskan dari masyarakat dan lingkungan sekitar. Selain itu, dari perspektif Islam sebuah perusahaan harus bersedia untuk mengungkapkan tanggung jawab sosial penuh tanpa mempertimbangkan apakah perusahaan tersebut menghasilkan keuntungan atau mengalami kerugian (Othman, et.al, 2009).

Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Yulianto dan Asror (2014), Widiawati dan Raharja (2012), Raditya (2012) dan Othman et al. (2009) yang membuktikan bahwa ROA berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial yang artinya profitabilitas perusahaan yang tinggi akan memberikan kontribusi terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Adapun Hasil penelitian yang mendukung penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Haribowo (2015), Trisnawati (2014), Kurnianingsih (2013) dan Yuliana, dkk (2008) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Tidak berpengaruhnya profitabilitas terhadap CSR terkait dengan kelemahan profitabilitas sebagai alat pengukur kinerja dan adanya perbedaan cara pandang pengusaha terkait dengan dualism hubungan CSR dan laba, yaitu sebagian memandang CSR sebagai pengurang laba dan sebagian lainnya berpandangan sebaliknya.

4.3.3. Ukuran Bank (Size) terhadap Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa ukuran perusahaan (size) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Hal ini menunjukkan bahwa besar kecilnya ukuran suatu perusahaan yang tercermin dari total asset yang dimilikinya tidak mempengaruhi luasnya pengungkapan tanggung jawab sosial (CSR). Selain itu, berdasarkan statistik deskriptif Bank Umum Syariah yang menjadi sampel selama periode pengamatan secara rata-rata tergolong perusahaan yang berukuran sedang, bank umum syariah tersebut tidak selalu mempertimbangkan total asset yang dimilikinya untuk mengeluarkan biaya yang ditujukan untuk pengungkapan tanggung jawab sosial, sehingga besar kecilnya ukuran bank tersebut tidak mempengaruhi CSR yang diungkapkannya. Alasan lainnya adalah karena yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan Perbankan Syariah yang dalam kegiatannya sudah di nilai sesuai dengan syariah sehingga kegiatan sosial seperti Corporate Social Responsibility (CSR) cenderung akan diungkapkan. Perusahaan juga menganggap bahwa pengungkapan CSR sangat penting untuk mengangkat citra perusahaan dan tingkat penjualan di tengah ketatnya persaingan.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi, legitimasi dan stakeholder, ketiga teori tersebut menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap CSR. Teori agensi yang menyatakan bahwa semakin besar suatu perusahaan maka biaya keagenan yang muncul juga semakin besar, untuk mengurangi biaya keagenan tersebut, perusahaan cenderung mengungkapkan informasi yang lebih luas untuk mengurangi biaya keagenan tersebut (Sembiring, 2005). Sesuai dengan teori stakeholder eksistensinya perusahaan yang besar akan diikuti dengan pengungkapan CSR yang tinggi karena untuk menjaga hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan stakeholder-nya. Berdasarkan teori legitimasi, perusahaan yang berskala besar menjadi lebih terlihat serta diawasi oleh

masyarakat dan pemerintah. Sesuai dengan pemahaman teori legitimasi, perusahaan harus melaksanakan aktivitas operasional perusahaan yang sah serta tidak merugikan lingkungan dan masyarakat, sehingga perusahaan berskala besar mempunyai kewajiban untuk mematuhi norma dan memenuhi harapan masyarakat di sekitar perusahaan tersebut berada, salah satunya adalah dengan melakukan pengungkapan sukarela atau informasi sosial.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Pradnyani dan Sisdnyani (2015), Oktariani (2014), kurnianingsih (2013), dan Yuliana, dkk, (2008), yang menyatakan bahwa luas sempitnya pengungkapan CSR yang dilakukan oleh suatu perusahaan tidak tergantung dengan ukuran perusahaan tersebut. Namun, hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Othman, et al, Roziani dan Sofie (2010), Lestari (2013) yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara ukuran perusahaan dengan pengungkapan CSR. Othman, et al. (2009) meyakini bahwa perusahaan yang lebih besar adalah perusahaan yang memiliki sumber daya yang lebih banyak daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang besar sudah pasti memiliki pembiayaan, fasilitas, sumber daya yang lebih banyak, sehingga perusahaan besar akan lebih mengungkapkan kegiatan sosialnya sesuai dengan prinsip Islam.

4.3.4. Ukuran Dewan Komisaris Terhadap Corporate Social Responsibility

Hasil pengujian terhadap hubungan antara ukuran dewan komisaris dengan Corporate Social Responsibility (CSR) adalah ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap CSR. Berdasarkan hasil dari statistik deskriptif, secara rata-rata Bank Umum Syariah yang menjadi sampel penelitian ini telah memiliki jumlah dewan komisaris yang telah sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia, namun banyaknya jumlah dewan komisaris tersebut tidak mempengaruhi jumlah pengungkapan CSR. Berdasarkan data yang telah dikumpulkan walaupun jumlah dewan komisaris yang dimiliki oleh bank umum syariah sedikit, namun bank tersebut tetap melakukan pengungkapan CSR. Penjelasan tentang tertolakannya hipotesis ini dapat ditinjau dari fungsi dewan komisaris di Indonesia. Dewan komisaris adalah dewan yang bertugas untuk melakukan pengawasan dan memberikan nasihat kepada direktur Perseroan Terbatas (PT). Dengan demikian, dapat diketahui bahwa dewan komisaris mempunyai fungsi pengawasan termasuk dalam penentuan program CSR, tetapi direksilah yang mengambil keputusan operasional. Tidak berpengaruhnya ukuran dewan komisaris terhadap CSR juga disebabkan karena kebijakan CSR merupakan langkah strategis dari manajemen bukan dari dewan komisaris dan dewan komisaris tidak terlibat langsung terhadap kebijakan tersebut. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Putri (2013), Wijaya (2012) dan Yuliana dkk (2008) yang menyatakan ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap pengungkapan CSR.

Hasil penelitian ini tidak berhasil mendukung teori agensi, teori legitimasi dan teori stakeholder, di mana ketiga teori tersebut menyatakan bahwa ukuran dewan komisaris berpengaruh positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR). Berdasarkan teori agensi, legitimasi dan stakeholder, Semakin besar jumlah anggota dewan komisaris, maka akan semakin mudah untuk mengendalikan CEO dan monitoring yang dilakukan akan semakin efektif. Dikaitkan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial, maka tekanan terhadap manajemen juga akan semakin besar untuk mengungkapkannya. Hasil penelitian ini tidak mendukung hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Haribowo (2015), Veronica (2010) Sabeni (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris berpengaruh positif terhadap luas

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data, maka dapat diambil kesimpulan bahwa manajemen laba yang diukur dengan persamaan Grogiou (2014) terbukti berpengaruh secara positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR), Profitabilitas yang diprosikan dengan ROA, Ukuran perusahaan (size) yang diprosikan dengan logaritma natural total asset dan Ukuran dewan komisaris tidak terbukti berpengaruh secara positif terhadap Corporate Social Responsibility (CSR),

melainkan tidak berpengaruh terhadap CSR. Implikasi Penelitian bagi akademisi, hasil penelitian ini dapat dijadikan tambahan literatur bahwa tingkat pengungkapan CSR yang tinggi pada Bank Umum Syariah bisa saja dikarenakan adanya tindakan manajemen laba yang dilakukan bank tersebut, Hasil penelitian ini dapat menjadi salah satu bahan pertimbangan bagi investor terutama investor muslim dalam menganalisis adanya perilaku manajemen laba berdasarkan pengungkapan CSR perusahaan. Investor juga diharapkan menggunakan pertimbangan yang cermat untuk mengambil keputusan investasi pada Bank Umum Syariah yang melaksanakan program CSR. Karena pengungkapan CSR yang tinggi dimungkinkan merupakan kompensasi adanya manajemen laba yang dilakukan oleh bank tersebut, Bagi perusahaan, diharapkan lebih menyadari pentingnya program CSR bagi kelangsungan hidup perusahaan di masa yang akan datang. Untuk itu, perusahaan diharapkan dapat menyelaraskan berbagai kepentingan stakeholder melalui program CSR dan memaksimalkan dampak positif CSR dan meminimalkan dampak negatif penggunaan CSR untuk menutupi adanya manajemen laba, sehingga kepentingan stakeholder tidak dirugikan dan Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi regulator dalam menghasilkan aturan-aturan terkait pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terutama bagi perbankan syariah untuk menggunakan kerangka sosial yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan-keterbatasan diantaranya, Penelitian ini memiliki masalah pada normalitas data, setelah dilakukan penormalan data dengan casewise diagnostic, masih ada data penelitian yang berdistribusi tidak normal dan Penelitian ini mengukur CSR dengan indeks Islamic Social Responsibility (ISR) yang digunakan di Negara lain, sehingga kurang cocok digunakan di Indonesia yang mana dalam pengungkapan CSRnya Bank Umum Syariah di Indonesia masih mengacu pada indeks GRI (Global Reporting Initiative). Dengan adanya keterbatasan penelitian, disarankan Penelitian selanjutnya diharapkan untuk menambah sampel penelitian ke seluruh sektor perbankan yang terdaftar di Bank Indonesia, sehingga cakupan sampel penelitian lebih luas agar sampel yang diperoleh semakin banyak dan hasil penelitian sejenis semakin baik dan menambah jumlah periode pengamatan agar lebih panjang dari sebelumnya, sehingga dapat terlihat perusahaan yang benar-benar konsisten dalam mengungkapkan Corporate Social Responsibility (CSR) dan Penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan indikator pengungkapan CSR yang lebih sesuai dengan karakter Perbankan Syariah di Indonesia. Misalnya indeks GRI (Global Reporting Initiative) :

References

- 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 IX, Padang.
- Ariestyawati, Monic. (2013). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris Dan Umur Perusahaan Terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure Dalam Laporan Tahunan. Skripsi Univeristas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Arifin, Sabeni. 2002. "An Empyirical Analysis of The Relation Between The Board of Director's Composition an The Level of Voluntary Disclosure" Proocedings for The Fifth Indonesian Conference On Accounting, No. 5 pp.46-57
- Chariri, Anis dan Imam Ghozali. (2007).Teori Akuntansi. Semarang: Universitas Diponegoro
- Chariri, Charles. (2011). Analisis pengaruh islamic corporate governance terhadap pengungkapan corporate social responsibility (studi kasus pada bank syariah di asia). Diponegoro Journal Of Accounting
- Chih, siang-Lin, Chung-Hua Shen and Feng-Ching Kang (2008). Corporate Sosial Responsibility, investor protection and earning management some internastional evidence. Journal of Business Ethics
- Cowen, Scott S, Linda B Ferreri dan Lee D. Parker. (1987). The Impact Of Corporate Charateristics On Social Responsibility Disclosure A Typology and Frequency - Based Analysis. Accounting, Organizations and Society. Vo12 Issue 2 pages 111-122
- Darsono dan Ashari, (2005). Pedoman Praktis Memahami Laporan Keuangan, Yogyakarta: Andi
- Djuitaningsih, Tita dan Marysah.A. Wahdatul,. 2012. Pengaruh Manajemen Laba dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility Disclosure. Media Riset Akuntansi Vol 2 No 2
- Fahmi, Faisal Nur. (2015). Pengaruh ukuran dewan komisaris, Profitabilitas, media exposure dan umur Perusahaan pengungkapan corporate Social responsibility (Studi Empiris Pada Perusahaan High Profile yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2013). Skripsi Univerisotas Negeri Semarang

- Fahrizqi, Anggara (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Laporan Tahunan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar dalam Bursa Efek. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Fauziah dan Yudho. (2013). Analisis Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perbankan di Indonesia berdasarkan Islamic Social Reporting Indeks. *Jurnal Dinamika Akuntansi Universitas Negeri Semarang*.
- Ghozali, Imam. (2013). .Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21. Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gray R, Kouhy R and Lavers S. (1997). Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* 8 (2): 78-101
- Grougiou Vassilik, Stergios Leventis, Emmanouil Dedoulis dan Stephen Owusu Anshah. (2014). Corporate Social Responsibility and Earnings Management in U.S Bank. Elsevier. *Accounting Forum* 38 155-169
- Hadi, Nor. (2011). Corporate Social Responsibility. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Haniffa, Ross. (2002). Social Reporting Disclosure: An Islamic Perspective. *Indonesian Management & Accounting Research*, 123-146
- Hassan, A., & Harahap, S. (2010). Exploring Corporate Social Responsibility Disclosure: The Case of Islamic Banks.. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol.3, No. 3, 203-227.
- Harahap, Muktar Efendi. (2014). Teori-teori tentang Corporate Social Responsibility. Diakses (20 April 2016) Tersedia di: <http://muchtareffendiharahap.blogspot.co.id/2014/02/teori-teori-tentang-csr-coorporate.html>
- Haryudanto, Danang. (2011). Pengaruh Manajemen Laba terhadap Tingkat Corporate Social Responsibility dan Nilai Perusahaan. Skripsi Universitas Diponegoro
- Haribowo, Ismawati. (2015). Analisis Pengaruh Islamic Corporate Governance terhadap Corporate Social Responsibility (Studi Kasus pada Bank Syariah di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis Vol 5 No 1*
- Heinze, D. C. (1976) Financial correlates of a social involvement measure. *Akron Business and Economic Review*, 7 (1), 48-51.
- Indriantoro, Nur dan Supomo, Bambang/ (2002) Metodologi Penelitian Bisnis. Yogyakarta : Penerbit BPFE Edisi Pertama,
- Jensen, Michael C. dan W.H. Meckling.(1976). Theory of the Firm: managerial Behavior, Agency Cost and Ownership Structure. *Journal of Financial Economics*. 3. Hal.305-360.
- Khoirudin, Amirul. (2013). Corporate Governance dan pengungkapan Islamic Social Reporting pada Perbankan Syariah di Indonesia. *Accounting Analisis Journal*
- Kurnianingsih, Heni Triastuti. (2013). Pengaruh Profitabilitas dan Size Perusahaan terhadap Corporate Social Responsibility. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis Vol 13 No. 1*
- Laksmitaningrum, chintya fadila and purwanto, agus (2013) Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan, Ukuran Dewan Komisaris dan Struktur Kepemilikan terhadap Pengungkapan CSR (studi empiris pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek indonesia tahun 2009-2011). Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Lestari, Puji. (2013). Determinants Of Islamic Social Reporting in Syariah Banks: Case Of Indonesia. *International Journal Of Business and Management Invention* volume 2 Issue 1
- Leuz, C., Nanda, D. and Wysocki, P. (2003). Earnings management and investor protection: an international comparison. *Journal of financial Economics*, Vol. 69, pp. 505-27.
- McGuire, J. B., Sundgren, A., & Schneeweis, T. (1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance. *Academy of Management Journal*, 31(4), 854-872
- Mustika, Gita, Ria Nelly Sari dan Al Azhar L. (2015). Pengaruh Manajemen Laba terhadap Pengungkapan Corporate social responsibility: Variabel anteseden dan variabel moderasi. *Akuntabilitas Vol. VIII No. 3*, P-ISSN : 1979-858X Halaman. 238 - 253
- Nurdiansyah, Denny (2014). Uji Asumsi Klasik Regresi Linear. Diakses (19 September 2016). Tersedia di www.statsdata.my.id/2014/06/uji-asumsi-klasik-regresi-linier.html
- Nurkhin, Ahmad. (2010). Corporate Governance dan Profitabilitas Pengaruhnya terhadap pengungkapan CSR Sosial Perusahaan. *Jurnal Dinamika Akuntansi Vol. 2 No. 1*
- Othman, R., Md. Thani, A., K. Ghani, E. (2009). Determinants of Islamic Social Reporting Among Top Shariah-Approved Companies in Bursa Malaysia. *Research Journal of International Studies – Issue 12 (October, 2009)*.
- Othman, R., dan Thani, A. M. (2010). Islamic Social Reporting Of Listed Companies In Malaysia. *International Business & Economics Research Journal*, 3.
- Oktariani, Ni Wayan dan Mimba, Ni Putu Sri Harta. (2014) Pengaruh Karakteristik Perusahaan dan Tanggungjawab Sosial Perusahaan. *E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana* 6.3 (2014):402-418
- Pradipta, Dyah Hayu dan Anna Purwaningsih. (2011). Pengaruh Luas Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perusahaan Terhadap Earning Response Coefficient (ERC), Dengan Ukuran Perusahaan dan Leverage Sebagai Variabel Kontrol. *Simposium Nasional Akuntansi XV Banjarmasin*
- Prior, D., J. Surroca dan J. A. Tribo. (2007). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate Governance: An International Review* 16 (3) : 443-459
- Puspitasari, Apriani Daning. (2009). Faktor-faktor yang Mempengaruhi pengungkapan Corporate social Responsibility (CSR) pada Laporan tahunan perusahaan Di Indonesia. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang
- Raditya, Amalia Nurul. (2012). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Perusahaan Yang Masuk Daftar Efek Syariah (DES). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia*,

- Rohmah, Dita. (2015). Pengaruh Corporate Governance, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Sosial Responsibility di dalam Laporan Sustainability. Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Rosiana, Rita, Bustanul Arifin, Muhamad Hamdani. (2015) Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage, dan islamic governance score terhadap pengungkapan islamic social reporting (Studi Empiris pada Bank Umum Syariah di Indonesia Tahun 2010-2012). *Jurnal Bisnis Manajemen* Vol 5 No 1
- Roziani, Erna. Agustin., & Sofie. (2010). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Pengungkapan Sosial dalam Laporan Tahunan Bank Konvensional dan Bank Syariah Di Indonesia. *TAZKIA Islamic Finance & Business Review*
- Sari, Dahlia dan Utama Sidharta (2014). Manajemen Laba dan Pengungkapan Corporate Social Responsibility dengan Kompleksitas Akuntansi dan Efektivitas Komite Audit sebagai Variabel Pemoderasi. *SNA 17 Mataram, Lombok. Universitas Lombok*
- Sembiring, Eddy R, (2005). Karakteristik Perusahaan dan Pengungkapan tanggung Jawab Sosial : Study Empiris Pada Perusahaan yang tercatat di Bursa Efek Jakarta. *Symposium Nasional Akuntansi VIII, Solo.*
- (2003). Kinerja Keuangan, Political Visibility, Ketergantungan Pada Hutang, dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan. *Symposium Nasional Akuntansi VI. Surabaya, 16 – 17 Oktober 2003*
- Subani, Agung. (2009). Pengaruh praktik Manajemen Laba terhadap Biaya Modal pada PT Bokwang Indonesia. *Universitas Islam 45 Bekasi: Disertasi*
- Subramanyam, Wild John. (2013). Analisis Laporan Keuangan, Buku 1, Jakarta: Salemba Empat
- Trisnawati, Rina dan Fahri Ali Ahzar, (2013). Pengungkapan Islamic Social Reporting pada bank syariah di indonesia. *Proceeding seminar nasional Surakarta*
- Triyani, Dian, Ardiani Ika Sulistyawati, dan Rr. Lulus Prapti Nugroho Setiasih Surjanti. (2016). Pengungkapan Corporate Social Responsibility pada Laporan Keuangan dan Determinasinya.. *Seminar Nasional IENACO*
- Veronica, Theodora Martina, (2010). The Effect Of Company Characteristic On Disclosure Of Social Responsibility In Mining Corporate Sector Listed In Indonesia Stock Exchange. *Jurnal Akuntansi Keuangan, Vol.12 No.1.2010.*
- Waryanto. (2010). Pengaruh Karakteristik Good Corporate Governance (Cgc) Terhadap Luas Pengungkapan Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro. .*
- Wibawa. Gugik Indra. (2014). Pengaruh Elemen Good Corporate Governance Terhadap Pelaporan Corporate Social Responsibility. *Uswantoro University Journal Of Accounting*
- Widiawati, Septi dan Raharja, Surya. (2012). Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Islamic Social Reporting Indeks Perusahaan – Perusahaan yang terdapat pada Daftar Efek Syariah Tahun 2009 – 2011. *Diponegoro Journal of Accounting, Volume 1, Nomor 2.*
- Wijaya, Maria. (2012) Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi. Vol 1 Nomor 1*
- Yosephus, Sinuor, 2010, *Etika Bisnis: Pendekatan Filsafat Moral terhadap Perilaku Penisnis Kontemporer*, Jakarta: Yayasan Pustaka Obor,
- Yuliana, dkk. 2008 Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Pengungkapan Corporate Social Responsibility dan Dampaknya terhadap Reaksi Investor. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Volume 5 Nomor 2*
- Zahra, S.A., Priem, R.L. and Rasheed, A.A. (2005). The Antecedents and Consequences of Top Management Fraud. *Journal of Management, 31*

Halaman Ini Sengaja Dikosongkan