

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Stakeholder Theory*

Teori ini pada awalnya muncul karena adanya perkembangan kesadaran dan pemahaman bahwa perusahaan memiliki *stakeholder*, yaitu pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Teori *stakeholder* mengatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, *supplier*, pemerintah, masyarakat, investor, analis dan pihak lain). Teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan mencoba untuk memenuhi harapan *stakeholder* (Hong, 2011).

Para *stakeholder* memiliki pandangan yang berbeda-beda terhadap aktivitas perusahaan, oleh karena itu perusahaan harus berusaha sebaik mungkin melakukan berbagai hal agar keputusan yang diambil para *stakeholder* sesuai dengan harapan manajemen perusahaan, yaitu keputusan yang menguntungkan perusahaan. Semua *stakeholder* memunyai hak memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat memengaruhi pengambilan keputusan mereka. Para *stakeholder* juga dapat memilih untuk tidak menggunakan informasi tersebut dan tidak dapat memainkan peran secara langsung dalam suatu perusahaan.

Teori *stakeholder* secara eksplisit mempertimbangkan akan dampak kebijakan pengungkapan perusahaan ketika ada perbedaan kelompok *stakeholder* dalam sebuah perusahaan. Pengungkapan informasi oleh perusahaan dijadikan alat manajemen



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mengelola kebutuhan informasi yang dibutuhkan oleh berbagai kelompok (*stakeholders*). Manajer diharapkan dapat melakukan aktivitas-aktivitas yang dianggap penting oleh *stakeholder* mereka, dan melaporkan aktivitas-aktivitas tersebut. Sebab keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut.

Hasil dari pengungkapan CSR ini merupakan bentuk kepedulian perusahaan terhadap masyarakat dan lingkungan. Dengan adanya pelaporan tersebut, *stakeholder* akan menilai perusahaan sebagai entitas yang peduli terhadap tanggung jawabnya terhadap sosial maupun lingkungannya. Di samping itu, perusahaan juga akan mendapat legitimasi dari *stakeholder*. Pengungkapan sosial dapat dianggap sebagai wujud dialog antara manajemen dengan *stakeholder* (Astuti dan Nugrahanti, 2015).

2.2 Signalling Theory

Signalling Theory atau teori sinyal mengemukakan tentang bagaimana seharusnya sebuah perusahaan memberikan signal-signal kepada pengguna laporan keuangan. Signal ini berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Signal dapat berupa promosi atau informasi lainnya yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lainnya (Suryani dan Herianti, 2015).

Teori sinyal menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan memberikan sinyal kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Informasi perusahaan tentang pengungkapan lingkungan perusahaan dapat dijadikan sinyal oleh perusahaan ke para pemangku kepentingan (Utomo dan Dulmuid, 2015). Salah satu upaya yang dilakukan oleh manajemen untuk meningkatkan reputasi perusahaan dan memberikan



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pandangan (*image*) yang positif terhadap perusahaan stakeholder yaitu dengan implementasi CSR (Fauziah dan Marissan, 2015).

Teori sinyal merupakan sinyal informasi yang dibutuhkan oleh investor untuk mempertimbangkan dan menentukan apakah investor akan menanamkan sahamnya atau tidak pada perusahaan yang bersangkutan (Septianingrum dan Restuti, 2016). Restuningdiah (2010) menunjukkan pengungkapan CSR merupakan sinyal perusahaan untuk menyampaikan adanya *good news* kepada masyarakat sehingga dapat berpengaruh terhadap kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

2.3 Corporate Sosial Responsibility (CSR)

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *Corporate Sosial Responsibility* (CSR) didefinisikan sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan (Silalahi, 2014). Pengertian lainnya menurut Septianingrum dan Restuti (2016) yaitu bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan adalah proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan terhadap masyarakat secara keseluruhan.

Di dalam Sukanto (2012) disebutkan ada tiga parameter pengungkapan CSR yang juga sesuai dengan konsep pelaporan CSR seperti yang digagas oleh *Global Reporting Initiative* (GRI) yaitu konsep *sustainability report*. Dalam *sustainability*



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

report digunakan metode *triple bottom line* yang melaporkan informasi dari tiga sudut pandang yakni *environment*, *social* dan *economy*.

1. CSR *Environment* adalah pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan terhadap lingkungan atas dampak operasi perusahaan. Parameter lingkungan mempertimbangkan aspek kualitas dari kebijakan lingkungan, sistem pengelolaan lingkungan hidup, dan pelaporan tanggung jawab lingkungan. Dalam item pengungkapan *sustainability report* di GRI, tanggung jawab terhadap lingkungan juga meliputi tentang aspek inisiatif penggunaan energi yang dapat diperbaharui dan pengurangan limbah pabrik.

2. CSR *Social* adalah Parameter sosial dari CSR menjelaskan tentang kegiatan yang ada di perusahaan yang ditujukan untuk kesejahteraan sosial sekitar. Item item pengungkapan tanggung jawab pada parameter ini berkaitan dengan sosial baik dalam lingkup perusahaan maupun luar perusahaan. *CSR social* ini meliputi praktek perburuhan / tenaga kerja, hak asasi manusia, sosial kemasyarakatan, dan tanggung jawab produk.

CSR *Economy* adalah Parameter *economy* pada pengungkapan sustainabilitas perusahaan menyangkut masalah perlakuan finansial yang dipergunakan untuk lingkungan sosial. Pengungkapan atas parameter ini menghasilkan informasi tentang aktivitas perusahaan dalam pengelolaan dana baik dari maupun untuk masyarakat. Pada item pengungkapan GRI menunjukkan pengungkapan atas dana dari/untuk sosial dicantumkan sebagai ukuran dalam menilai CSR *economy* suatu perusahaan.



2.4 Sustainability Report (Laporan Berkelanjutan)

Sustainability report merupakan laporan yang memuat tidak saja informasi kinerja keuangan tetapi juga informasi non keuangan yang terdiri dari informasi aktivitas sosial dan lingkungan yang memungkinkan perusahaan bisa bertumbuh secara berkesinambungan. *Sustainability report* menjadi media bagi perusahaan yang awalnya hanya melaporkan aspek keuangan beralih menjadi lebih modern dengan melaporkan juga aspek nonkeuangan seperti sosial dan lingkungan kepada pemangku kepentingan.

Sustainability report ini disusun berdasarkan pedoman dari *Global Reporting Initiative* (GRI) yang telah dikembangkan sejak tahun 1990 dan disusun tersendiri terpisah dari laporan keuangan atau laporan tahunan (Rohma, 2015). Menurut *World Business Council for Sustainable Development* (Sejati, 2014) manfaat yang didapat dari *sustainability report* antara lain:

1. Memberikan informasi kepada *stakeholder* (pemegang saham, anggota komunitas lokal, pemerintah) dan meningkatkan prospek perusahaan, serta membantu mewujudkan transparansi;
2. Membantu membangun reputasi sebagai alat yang memberikan kontribusi untuk meningkatkan *brand value*, *market share*, dan loyalitas konsumen jangka panjang;
3. Menjadi cerminan bagaimana perusahaan dalam mengelola risikonya;
4. Digunakan sebagai stimulasi *leadership thinking* dan *performance* yang didukung dengan semangat kompetisi;



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Mengembangkan dan memfasilitasi pengimplementasian sistem manajemen yang lebih baik dalam mengelola dampak lingkungan, ekonomi, dan sosial;
6. Mencerminkan secara langsung kemampuan dan kesiapan perusahaan untuk memenuhi keinginan pemegang saham untuk jangka panjang; dan
7. Membantu membangun ketertarikan para pemegang saham dengan visi jangka panjang dan membantu mendemonstrasikan bagaimana meningkatkan nilai perusahaan yang terkait dengan isu sosial dan lingkungan.

2.5 *Earnings Response Coefficient (Koefisien Respon Laba)*

Sayekti dan Wandabio (2008) mendefinisikan *earnings response coefficient* (ERC) sebagai berikut: “*An earnings response coefficient measures the extent of a security’s abnormal market return in response to the unexpected component of reported earnings of the firm issuing that security.*” Atau secara ringkasnya ERC adalah ukuran besaran *abnormal return* suatu saham sebagai respon terhadap komponen laba abnormal (*unexpected earnings*) yang dilaporkan oleh perusahaan yang mengeluarkan saham tersebut. ERC berguna dalam analisis fundamental oleh investor, dalam model penilaian untuk menentukan reaksi pasar atas informasi laba perusahaan perusahaan.

Menurut Jogiyanto (2016), *abnormal return* merupakan kelebihan dari imbal hasil yang sesungguhnya terjadi (*actual return*) terhadap imbal hasil normal. Imbal hasil normal merupakan imbal hasil ekspektasi (*expected return*) atau imbal hasil yang diharapkan oleh investor. Dengan demikian imbal hasil tidak normal (*abnormal return*) adalah selisih antara imbal hasil sesungguhnya yang terjadi dengan imbal



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

hasil ekspektasi. Sedangkan laba kejutan (*unexpected earnings*) adalah selisih antara laba harapan dan laba yang dilaporkan atau laba aktual.

Setiap even yang terjadi di pasar modal akan menyebabkan timbulnya reaksi dari pelaku pasar, salah satunya adalah dengan adanya pengumuman laba, maka pasar akan bereaksi yang dapat dilihat dari pergerakan saham (Silalahi, 2014) Kuatnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dengan tingginya ERC, menunjukkan informasi laba yang dilaporkan berkualitas. Sebaliknya lemahnya reaksi pasar terhadap informasi laba yang tercermin dari rendahnya ERC menunjukkan informasi laba yang dilaporkan kurang atau tidak berkualitas (Septianingrum dan Restuti, 2016). Rendahnya ERC menunjukkan bahwa laba kurang informatif bagi investor untuk membuat suatu keputusan ekonomi (Silalahi, 2014).

2.6 *Earnings Management* (Manajemen Laba)

Menurut Rahdal (2017) manajemen laba (*earnings management*) didefinisikan sebagai upaya manajer suatu perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan suatu tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Manajemen laba merupakan suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan (Arief, 2014)

Manajemen laba merupakan sebuah fenomena yang sampai saat ini masih diperdebatkan mengenai pemahaman etis dan tanggung jawab sosialnya. Manajemen laba berada di *grey area* antara sebuah kecurangan dan merupakan aktivitas yang



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dijijinkan oleh prinsip akuntansi. Hal ini dikarenakan terdapat perbedaan pendapat mengenai tanggung jawab sosial dan pemahaman etis diantara setiap orang (Prasetya dan Gayatri, 2016). Prasetya dan Gayatri (2016) mengatakan bahwa banyak manajer menganggap praktik manajemen laba adalah tindakan yang wajar dan etis serta merupakan alat sah manajer dalam melakukan tanggung jawabnya untuk mendapatkan keuntungan atau return perusahaan.

Pihak-pihak yang bertentangan dengan dilakukannya manajemen laba mengungkapkan bahwa manajemen laba merupakan tindakan yang kontroversial di dalam dunia akuntansi dan bisnis. Permasalahan dimulai ketika manajemen laba membawa pengaruh negatif dan cenderung menyesatkan bagi pengguna informasi dalam pelaporan keuangannya (Prasetya dan Gayatri, 2016).

Manajemen laba terjadi pada saat manajer menggunakan pertimbangan (*judgment*) dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan, dengan tujuan untuk memanipulasi besaran (*magnitude*) laba kepada beberapa *stakeholders* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil perjanjian (kontrak) yang tergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan (Utomo dan Dulmuid, 2015).

Menurut Arief (2014) terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan earnings management, antara lain sebagai berikut:

1. Motivasi bonus

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

2. Motivasi kontrak

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

Motivasi politik

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

Motivasi pajak

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

5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)

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

6. Penawaran saham perdana (IPO)

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

Motivasi pasar modal

Manajer sengaja melakukan manajemen laba misalnya untuk mengungkapkan informasi pribadi yang dimiliki perusahaan kepada investor dan kreditor.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sedangkan berbagai pola yang sering dilakukan manajer dalam melakukan *earnings management* menurut Arief (2014) adalah:

1.

Taking a bath

Bila perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer akan diminta untuk melaporkan laba yang tinggi pula. Konsekuensinya manajer akan menghapus aset dengan harapan laba yang akan datang dapat meningkat. Bentuk ini mengakui adanya biaya pada periode yang akan datang sebagai kerugian pada periode berjalan, ketika kondisi buruk yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari pada periode tersebut. Untuk itu manajemen harus menghapus beberapa aset dan membebaskan perkiraan biaya yang akan datang pada saat ini serta melakukan *clear the desk*, sehingga laba yang dilaporkan di periode yang akan datang dapat meningkat.

2.

Income minimization

Income minimization dilakukan sebagai alasan politis pada periode laba yang tinggi dengan mempercepat penghapusan aset tetap dan aset tak berwujud dan mengakui pengeluaran-pengeluaran sebagai biaya. Pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapat perhatian secara politis, kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aset tak berwujud, biaya iklan dan pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan, hasil akuntansi untuk biaya eksplorasi.

Income maximization

Tindakan ini bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Perencanaan bonus yang didasarkan pada data

akuntansi mendorong manajer untuk memanipulasi data akuntansi tersebut guna menaikkan laba untuk meningkatkan pembayaran bonus tahunan. Jadi tindakan ini dilakukan pada saat laba menurun. Perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang mungkin akan memaksimalkan pendapatan.

Income smoothing

Income smoothing dilakukan dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan pelaporan eksternal, terutama bagi investor karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

2.7 Ukuran Perusahaan

Wulandari dan Wirajaya (2015) mengatakan informasi tentang perusahaan besar yang tersedia di pasar lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan kecil. Informasi tersebut dapat dijadikan sebagai alat untuk memprediksi arus kas dan mengurangi ketidakpastian. Prasetya dan Gayatri (2016) mengatakan perusahaan besar kurang memiliki motivasi dalam melakukan praktik manajemen laba. Hal ini dikarenakan pemegang saham dan pihak-pihak yang berkepentingan di perusahaan besar dianggap lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.8 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti (Tahun)	Judul Penelitian	Publikasi	Variabel Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	Arna Suryani dan Eva Harianti (2015)	Pengaruh Pengungkapan Jawab Sosial Perusahaan terhadap Koefisien Respon Laba dan Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia),	Simposium Nasional Akuntansi XVIII, Medan 2015	Pengungkapan CSR (X1) Koefisien Respon Laba (Y1) Manajemen Laba (Y2)	SEM Berbasis Komponen	Pengungkapan CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Koefisien Respon Laba, Pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba, Manajemen Laba berpengaruh positif dan signifikan terhadap Koefisien Respon Laba.
2.	Sem Paulus Silalahi (2014)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure</i> , Beta dan <i>Price To Book Value</i>	JURNAL EKONOMI Volume 22, Nomor 1 Maret 2014	<i>Corporate Social Responsibility Disclosure Indeks (CSRI)</i>	Analisis Regresi Linier Berganda	Hasil penelitian ini menemukan bahwa hanya variabel <i>Price to Book Value (PBV)</i>

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		(PBV) Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia)		(X1) BETA(X2) <i>Price to Book Value</i> (PBV) (X3) <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC) (Y1)		yang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC). Sedangkan variabel <i>Corporate Social Responsibility Disclosure</i> (CSRI) dan BETA tidak memiliki pengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).
3.	Kadek Trisna Wulandari dan I Gede Ary Wirajaya (2014)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i>	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana 6.3 (2014):355-369 ISSN: 2302-8556	Pengungkapan CSR (X1) <i>Earnings Response Coefficient</i> (Y1) Ukuran Perusahaan (C1)	Analisis Regresi Linier Berganda	Berdasarkan pengujian hipotesis dan pembahasan yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) tidak berpengaruh terhadap <i>Earnings Response Coefficient</i> (ERC).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber.
2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.	Yosefin Dessy Septianingrum dan MI Mitha Dwi Restuti (2016)	Pengaruh Pengungkapan <i>Informasi Corporate Social Responsibility</i> Terhadap <i>Earning Response Coefficient</i> pada Perusahaan <i>High Profile</i> dan <i>Low Profile</i> yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis ISBN: 978-602-361-041-9 Surakarta 2016	Pengungkapan CSR (X1) <i>Earning Response Coefficient</i> (ERC) (Y1) <i>Return on Equity</i> (ROE) (C1) <i>Price to Book Value</i> (PBV) (C2) <i>leverage</i> (LEV) (C3)	Analisis Regresi Linier Berganda	Kesimpulan yang dapat diambil adalah pengungkapan informasi CSR pada perusahaan <i>high profile</i> maupun <i>low profile</i> tidak berpengaruh terhadap ERC.
5.	Carolyn Lukita Sembiring (2017)	Manajemen Laba dan Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dengan Komisaris Independen dan Kepemilikan Institusional sebagai Variabel Pemoderasi	Berkala Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Vol. 02, No. 01 (2017): 20-41	Pengungkapan CSR (X1), Manajemen Laba (Y1), Board Independent (M1), Kepemilikan Institusional (M2)	Analisis regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keseluruhan hipotesis terdukung, pengungkapan CSR berhubungan signifikan negatif dengan manajemen laba. Penelitian ini juga berhasil membuktikan bahwa komisaris independen

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

						dan kepemilikan institusional terbukti dapat menguatkan hubungan negatif antara CSR dan manajemen laba.
6.	Dwi Ratmono, Agus Purwanto, Nur Cahyonowati (2014)	Hubungan Tingkat Pengungkapan dan Kinerja <i>Corporate Social Responsibility</i> Serta Manajemen Laba: Pengujian Teori Ekonomi dan Sosio-Politis	Jurnal Akuntansi dan Keuangan, Vol. 16, No. 2, November 2014, 63-73	Pengungkapan CSR (X1), Kinerja CSR (X2), Manajemen Laba (Y1)	<i>Content Analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan temuan yang konsisten bahwa tingkat kinerja CSR berpengaruh positif terhadap tingkat pengungkapan CSR. Hasil penelitian juga menunjukkan kecenderungan bahwa perusahaan yang mempunyai tingkat pengungkapan CSR yang tinggi cenderung melakukan praktek manajemen laba yang rendah. Tidak ditemukan bukti empiris hubungan

Hak cipta Dilindungi
7. Djang-Undang

						antara tingkat kinerja CSR dan manajemen laba.
	Pria Juni Prasetya, Gayatri (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba dengan Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> Sebagai Variabel Intervening	E-Jurnal Akuntansi Universitas Udayana Vol.15.3 Juni (2016): 1968-1993. ISSN: 2302 - 8556	Ukuran Perusahaan (X1), Manajemen Laba (Y1), Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> (I1)	<i>Moderated Regression Analysis</i>	Penelitian ini menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> . Ukuran perusahaan dan pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif pada manajemen laba. Ukuran perusahaan secara signifikan berpengaruh negatif pada manajemen laba melalui pengungkapan <i>corporate social responsibility</i> .

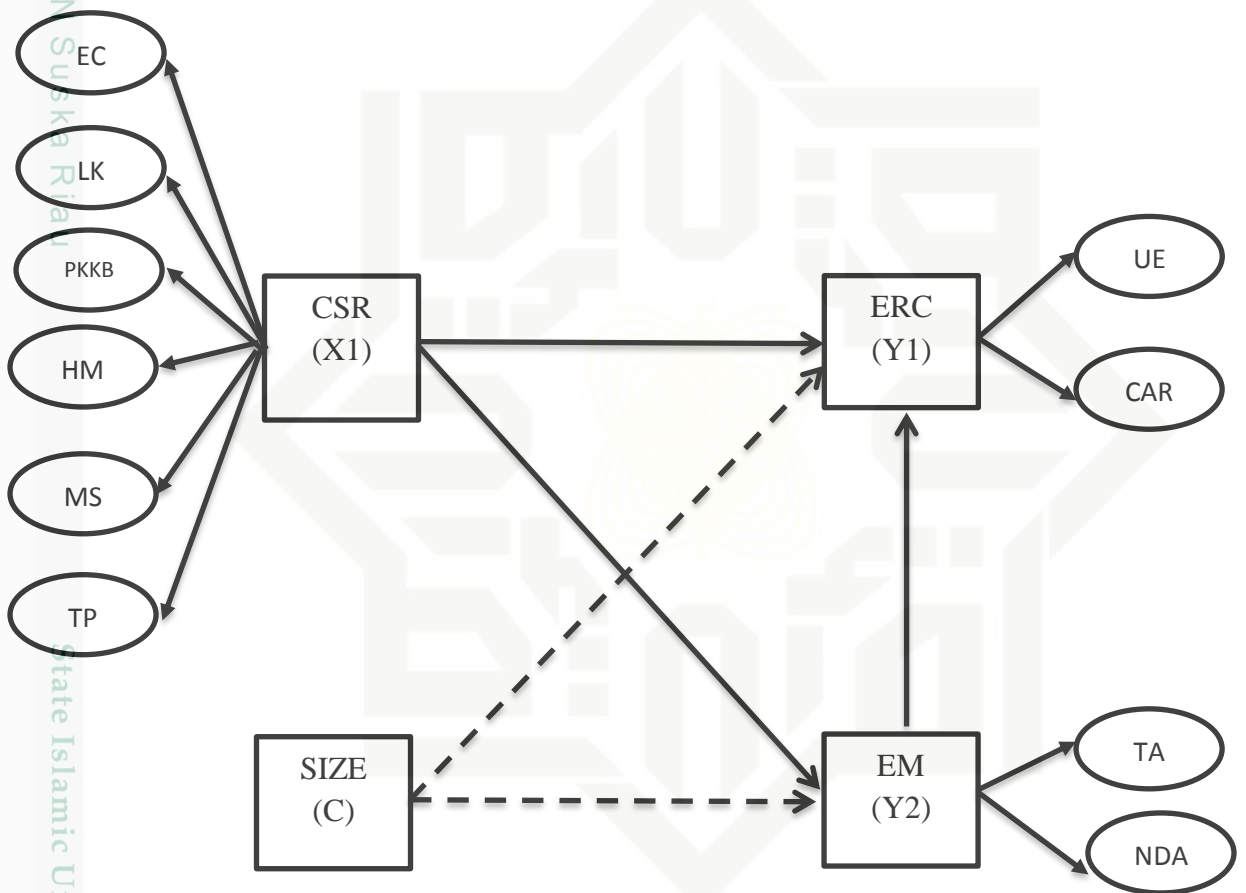
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.9 Kerangka Pemikiran


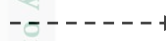

Untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 2.1:

Kerangka Pemikiran



Keterangan:

-  : Variabel Independen
-  : Variabel Kontrol
-  : Indikator

- | | | | |
|----|-------------------------|----|-----------------------------|
| X1 | : Pengungkapan CSR | HM | : Hak Asasi Manusia |
| Y1 | : Koefisien Respon Laba | MS | : Masyarakat |
| Y2 | : Manajemen Laba | TP | : Tanggungjawab atas Produk |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.


Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

EC	: Ekonomi	NDA	: <i>Non Discretionary Accrual</i>
LK	: Lingkungan	TA	: <i>Total Accrual</i>
RT	: <i>Return Tahunan</i>	UE	: <i>Unexected Earning</i>
CAR	: <i>Cumulative Abnormal Return</i>		
PKKB	: <i>Praktek Ketenagakerjaan dan Kenyamanan Bekerja</i>		

2.10 Hipotesis Penelitian

Untuk dapat memperjelas pembahasan, maka dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

2.10.1 Hubungan antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam *Sustainability report* terhadap Koefisien Respon Laba

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah salah satu bagian penting bagi perusahaan sebagai bagian dari strategi bisnisnya. Perusahaan yang menerapkan CSR mengharapkan adanya respons positif dari pelaku pasar atau Investor. Pengungkapan Informasi CSR akan memberikan informasi tambahan kepada investor, sehingga dalam pengambilan keputusannya investor tidak berdasarkan informasi laba saja. Secara umum, hubungan antara tingkat pengungkapan informasi yang dilakukan oleh perusahaan dengan kinerja pasar perusahaan masih sangat beragam. Secara teoritis, ada hubungan positif antara pengungkapan (termasuk pengungkapan sukarela) dan kinerja pasar perusahaan (Sayekti dan Wandabio 2008).

Sayekti dan Wandabio (2008) meneliti pengaruh dari tingkat pengungkapan informasi CSR dalam laporan tahunan terhadap *Earning Response Coefficient* (ERC), dan memberikan bukti empiris bahwa tingkat pengungkapan informasi

CSR berpengaruh negatif terhadap ERC. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa investor tidak mengapresiasi informasi CSR yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan.

Penelitian yang menguji mengenai pengaruh pengungkapan dalam laporan tahunan terhadap ERC juga dilakukan oleh Daud dan Syafruddin (2008). Penelitian ini tidak menunjukkan hasil yang konsisten dengan prediksi tentang pengaruh luas pengungkapan sukarela dalam laporan tahunan terhadap ERC. Prediksi penelitian ini adalah bahwa luas pengungkapan sukarela berpengaruh negatif terhadap ERC. Namun demikian, pengujian empiris justru menemukan adanya pengaruh positif signifikan dari luas pengungkapan sukarela terhadap ERC. Berbeda dengan penelitian Daud dan Syarifuddin (2008) yang menemukan bahkan secara parsial *corporate social responsibility disclosure* berpengaruh positif terhadap *earning response coefficient*.

Namun demikian kita perlu mempertimbangkan bagaimana jika pengungkapan CSR ini di lihat dari laporan sustainability, Chairi dan Nungroho (2009) meneliti retorika dalam pelaporan *corporate social responsibility*: analisis semiotik atas sustainability reporting PT Aneka Tambang Tbk yang menyajikan laporan tahunan terpisah dengan laporan tahunan. Dari hasil penelitian di dapatkan *sustainability report* dianggap sebagai alat komunikasi manajemen, dan cerita retorik, untuk memperoleh *image* baik dari *stakeholder* dan untuk memperoleh legitimasi dari *stakeholder*.

Sustainability report menjadi media bagi perusahaan yang awalnya hanya melaporkan aspek keuangan beralih menjadi lebih modern dengan melaporkan

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aspek nonkeuangan seperti sosial dan lingkungan kepada pemangku kepentingan. Hal ini dikarenakan adanya pergerakan yang cukup signifikan dalam penentuan nilai pasar organisasi bisnis. Tahun 1975, nilai perusahaan sebanyak 83% ditentukan oleh aspek keuangan, sedangkan sisanya 17% oleh aspek nonkeuangan. Tahun 2009, nilai pasar organisasi bisnis ditentukan hanya 19% oleh aspek keuangan dan sisanya 81% oleh aspek nonkeuangan (Wijayanti, 2015).

Wijayanti (2015) memberikan bukti bahwa kinerja berkelanjutan dalam bidang ekonomi, sosial, lingkungan berkorelasi positif dengan kinerja keuangan perusahaan yang diprosikan dengan laba sebelum bunga dan pajak, *return on asset*, dan *return on equity*. Hasil yang sama juga diperoleh Reddy dan Gordon (2010) yang menunjukkan bahwa *sustainability reporting* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Australia berpengaruh terhadap *abnormal return*. Sehingga dari penjelasan diatas peneliti menduga hubungan pengaruh pengungkapan CSR terhadap koefisien respon laba adalah:

H1 : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report berpengaruh positif terhadap Koefisien Respon Laba.

2.10.2 Hubungan antara Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report terhadap Manajemen Laba

Hasil yang didapat oleh perusahaan dari praktik CSR yaitu perusahaan akan mendapatkan banyak dukungan dari *stakeholder* yang mendapat keuntungan dari

kegiatan CSR tersebut. Selain itu perusahaan juga mendapatkan pandangan positif dari pemerintah, dukungan dari aktivis, legitimasi dari masyarakat, dan citra baik yang digambarkan media. Sehingga hal ini dimanfaatkan sebagai hal yang menutupi manajemen laba yang dilakukan perusahaan (Handayani, 2012).

Penelitian yang dilakukan oleh Prior *et.al* (2008) pada 593 perusahaan dari negara di dunia yang menunjukkan bahwa perusahaan yang pengungkapan CSR dengan motivasi untuk menutupi manajemen laba. Makni Gargouri *et al.* (2010) menemukan adanya hubungan positif antara kinerja sosial perusahaan dengan manajemen laba. Patten *et al.* (2003) menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara pengungkapan lingkungan dan manajemen laba. Sehingga hipotesis antara pengungkapan CSR dengan manajemen laba adalah:

H2 : Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Perusahaan di dalam Sustainability Report berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.

2.10.3 Hubungan Antara Pengaruh Manajemen laba dan Terhadap Koefisien Respon Laba.

Keinginan memanipulasi laba seperti yang dijelaskan oleh Surayani dan Herianti (2015) menunjukkan bahwa kualitas laba dipengaruhi oleh motivasi manajerial dalam melakukan pelaporan. Jika manajer, sebagai agen penghasil informasi, mengendalikan informasi untuk tujuan mereka, maka kualitas laba akan turun, khususnya jika kepentingan tersebut akan merugikan pemegang saham.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pradnyapradana dan Wirasesada (2016) menyatakan teori sinyal adalah suatu tindakan yang dilakukan manajemen dengan memberi arahan bagi investor tentang cara manajemen melihat masa depan perusahaan. Di dalam teori sinyal, didalamnya menjelaskan secara tersirat mengenai manajemen laba. Adapun hal tersebut dijelaskan bahwa jika kinerja perusahaan memburuk, manajer akan memberikan sinyal dengan menurunkan laba akuntansi, sebaliknya jika kinerja perusahaan membaik, maka manajer akan memberikan sinyal dengan menaikkan laba akuntansi.

Sehingga dari dapat diduga bahwa manajemen laba memiliki arah positif terhadap koefisien respon laba yaitu ketika manajer melakukan arah manajemen laba juga menunjukkan arah yang sama dengan informasi laba yang disampaikan.

H3 : Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap Koefisien Respon Laba

2.10.4 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Koefisien Respon Laba

Astuti dan Nugrahanti (2015) dalam penelitiannya mengatakan bahwa perusahaan besar lebih dilirik investor dan broker karna memiliki pertumbuhan yang relatif lebih besar dibandingkan perusahaan kecil, sehingga tingkat pengembalian (return) saham perusahaan besar juga lebih besar daripada perusahaan kecil. Wulandari dan Wirajaya (2015) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap kualitas laba yang diprosikan dengan ERC dan menemukan adanya pengaruh positif antara ukuran perusahaan dan ERC

H4 : Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap Koefisien Respon laba

2.10.5 Hubungan Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba

Muliati (2011) serta Nariastiti dan Dwi Ratnadi (2014) menemukan bahwa ukuran perusahaan dengan manajemen laba berpengaruh negatif. Hal tersebut juga sesuai dengan penelitian Rahdal (2017) dimana hasil penelitiannya menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Semakin besar ukuran perusahaan, maka manajemen laba yang dilakukan perusahaan semakin kecil. Karena perusahaan besar lebih mendapat perhatian oleh investor dan pihak luar lainnya. Hal ini menyebabkan perusahaan kecil akan melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan laba setinggi mungkin untuk menarik investor dan kreditor.

H5: Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh negatif terhadap Manajemen Laba

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.