

ABSTRACT

The purpose of this study is to empirically examine the effect of corporate social responsibility (CSR) activities on earnings management. In this research, the researcher hypothesize that firms which engage in CSR will refrain from engaging in earnings management since firms have incentives to behave ethically and avoid unethical practices for the sake of building competitive advantage and higher reputation. The more a company engages in CSR, the less the extent of earnings management. The samples used in this research are 62 manufacturing companies listed on Indonesia Stock Exchange periods 2010-2014. The dependent variable in this research is earnings management proxied by absolute value of discretionary accruals and calculated using the modified Jones model. The independent variable in this research is CSR activities, proxied by CSR score and measured using corporate social disclosure checklist. Some control variables are used in this research, namely firm size, auditor size, profitability measured by ROA, and leverage measured by debt to equity ratio. Hypothesis testing is done using multiple regression analysis at 5% tolerance level. The result of this study contradicts the hypothesis in which the more a company engages in CSR, the higher the extent of earnings management. Hence, stakeholders of a company should be aware because CSR activities which look good and ethical can be used by management to conceal earnings management practices.

Keywords: corporate social responsibility, earnings management, discretionary accruals, disclosure checklist.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh dari aktivitas tanggung jawab sosial perusahaan terhadap manajemen laba. Penulis berhipotesis bahwa perusahaan yang melakukan aktivitas tanggung jawab sosial akan menghindari praktik manajemen laba karena perusahaan memiliki insentif untuk bersikap etis dan menghindari praktik yang tidak etis untuk membangun keunggulan kompetitif dan reputasi yang baik. Semakin intens aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan sebuah perusahaan, semakin rendah tingkat manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Penelitian ini menggunakan sampel 62 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indonesia Stock Exchange pada tahun 2010-2014. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba yang diproksikan oleh nilai absolut akrual diskresioner dan dihitung menggunakan model Jones yang dimodifikasi sementara variabel independen dalam penelitian ini adalah aktivitas tanggung jawab sosial yang diproksikan oleh skor tanggung jawab sosial dan dihitung menggunakan indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan. Beberapa variabel kontrol digunakan dalam penelitian ini: ukuran perusahaan, ukuran auditor, profitabilitas yang diukur dengan ROA dan *leverage* yang diukur dengan rasio hutang terhadap ekuitas. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda dengan tingkat toleransi sebesar 5%. Hasil penelitian ini bertentangan dengan hipotesis yang diajukan. Semakin intens aktivitas tanggung jawab sosial yang dilakukan sebuah perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut melakukan

manajemen laba. Oleh sebab itu, *stakeholders* perusahaan harus waspada karena aktivitas tanggung jawab sosial yang terlihat etis dan baik dapat digunakan oleh manajemen untuk menyembunyikan praktik manajemen laba.

Keywords: tanggung jawab sosial, manajemen laba, akrual diskresioner, indeks pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.