

Pengaruh Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Manajemen Laba

Eko Budi Santoso

Universitas Ciputra

e-mail: esantoso@ciputra.ac.id

***Abstract:** This study is based on the paradox where companies that are active in carrying out social responsibility turn out to be involved in financial scandals. The aim of this study is to examine the association of corporate social responsibility (CSR) disclosure with earnings management. This research was conducted at Indonesian go public companies which have issued CSR disclosures according to GRI-G4 for the period of 2013–2017. The result of the study shows that there is positive association of CSR disclosure with earnings management. The findings of this study suggest stakeholders should not take for granted that CSR disclosure of the company automatically reflects their ethical behavior in financial areas.*

***Keywords:** etika bisnis, informasi nonfinansial, kualitas laba, manajemen laba, tanggung jawab sosial*

PENDAHULUAN

Tanggung jawab sosial perusahaan merupakan isu yang semakin berkembang dalam dunia bisnis seiring dengan semakin meningkatkan kesadaran bahwa tanggung jawab sosial adalah bagian yang tidak terpisahkan dalam praktik bisnis. Thornton (2008) menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan yang mengadopsi prinsip-prinsip tanggung jawab sosial percaya dengan beroperasi secara etis dan bertanggung jawab maka mereka akan memperoleh kesempatan berhasil yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang tidak mengadopsi prinsip tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Orlitzky *et al.* (2003), Harjoto & Jo (2011), Blazovich & Smith (2010), dan Lys *et al.*, (2015) menemukan bahwa aktivitas tanggung jawab sosial berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Perusahaan yang aktif untuk melakukan dan melaporkan aktivitas tanggung jawab sosialnya mengalami pertumbuhan penjualan, kenaikan harga saham dan nilai perusahaan karena perusahaan tersebut

dianggap peduli terhadap tanggung jawab sosialnya. Kondisi-kondisi tersebut memotivasi perusahaan untuk berlomba-lomba aktif melakukan dan melaporkan kegiatan tanggung jawab sosialnya karena akan meningkatkan nilai perusahaan di mata *stakeholder*.

Permasalahan timbul ketika perusahaan yang aktif melakukan tanggung jawab sosial ternyata juga terlibat dalam skandal-skandal keuangan seperti Enron dan Xerox yang sebelum terungkap skandal keuangannya dikenal sebagai perusahaan yang aktif dan memperoleh penghargaan di bidang tanggung jawab sosial. Paradoks yang sama juga terjadi di negara-negara berkembang seperti di Indonesia ada PT Asian Agri dan PT Kaltim Prima Coal di Indonesia yang aktif dan memperoleh penghargaan dalam pengungkapan tanggung jawab sosial namun terlibat dalam skandal penggelapan pajak. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial belum tentu merupakan perusahaan yang melakukan tanggung jawab etis dalam praktik bis-

nisnya. Hemingway & Maclagan (2004) mengemukakan bahwa manajer dapat menggunakan aktivitas tanggung jawab sosial sebagai alat untuk menutupi kecurangan keuangan perusahaan. Keberadaan perusahaan yang aktif melakukan tanggung jawab sosial dan pada saat yang bersamaan melakukan manipulasi keuangan menunjukkan bahwa motivasi melakukan dan melaporkan aktivitas tanggung jawab sosial tidak selalu didasari oleh pertimbangan etis. Nilai-nilai yang terkandung dalam tanggung jawab sosial perusahaan belum tentu menjadi nilai etis yang terintegrasi dalam perusahaan tetapi bisa jadi merupakan perilaku oportunistik manajer untuk dapat memperoleh keuntungan pribadi.

Namun meskipun terjadi paradoks yang sama, terdapat perbedaan kondisi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan antara negara maju dan negara berkembang. Ali *et al.* (2017) menemukan di negara maju kepedulian pemangku kepentingan tertentu seperti regulator, pemegang saham, kreditor, dan pemerhati lingkungan serta tekanan publik menjadi pertimbangan penting dalam pengungkapan tanggung jawab sosial. Sedangkan pada negara berkembang pengungkapan tanggung jawab sosial banyak dipengaruhi oleh pemangku kepentingan kuat seperti pembeli dan investor asing. Selain itu pada negara berkembang tekanan publik untuk melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial masih rendah yang menunjukkan masih minimnya kesadaran akan pentingnya tanggung jawab sosial perusahaan. Pada saat yang sama perilaku oportunistik manajer sulit untuk dikendalikan pada negara berkembang yang umumnya memiliki tingkat perlindungan investor yang rendah (Chih *et al.*, 2008; Richardson, 2008). Hal ini menjadikan asosiasi antara tanggung jawab sosial dan perilaku etis dalam pelaporan keuangan menarik untuk diteliti terlebih lagi pada konteks negara

berkembang yang memiliki kesadaran tanggung jawab sosial lebih rendah dibandingkan negara maju. Pada negara berkembang, tanggung jawab etis menempati prioritas terakhir sebagai dasar bagi perusahaan dalam melakukan aktivitas tanggung jawab sosial (Visser, 2008; Alri & Tjiptono, 2014).

Hasil penelitian yang mengasosiasikan tanggung jawab sosial dengan manajemen laba memberikan hasil yang inkonklusif. Penelitian Kim *et al.* (2012), Hong & Andersen (2011), Choi *et al.* (2013), Scholten & Kang (2012) menunjukkan asosiasi yang negatif. Sedangkan penelitian Prior *et al.* (2008), Muttakin *et al.* (2015), Bozzolan *et al.* (2015) justru memberikan hasil asosiasi yang positif. Hal ini yang mendorong peneliti untuk meneliti kembali pada asosiasi antara pengungkapan tanggung jawab sosial dan manajemen laba pada konteks Indonesia sebagai negara berkembang. Indonesia sudah mengeluarkan regulasi mengenai kewajiban pengungkapan tanggung jawab sosial dalam Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Namun regulasi tersebut belum mengatur mengenai isi dari pengungkapan tersebut.

TINJAUAN LITERATUR

Konsep tanggung jawab sosial secara formal mulai diperkenalkan oleh Howard Rothmann Bowen pada tahun 1953 dalam bukunya *Social Responsibilities of the Businessman* yang menyatakan bahwa perusahaan harus memperhatikan etika dalam berbisnis agar dapat memperoleh kinerja jangka panjang yang superior. Selain itu Carroll (1997) menyatakan bahwa tanggung jawab sosial dari sebuah bisnis meliputi aspek ekonomi, hukum, etika, dan ekspektasi masyarakat terhadap bisnis pada waktu tertentu. Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut dapat di-

simpulkan bahwa tanggung jawab sosial merupakan bagian dari perilaku etis dalam komitmen berkelanjutan perusahaan untuk beroperasi dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi masyarakat. Tanggung jawab sosial perusahaan tidak hanya berhubungan dengan isu lingkungan dan kemasyarakatan namun juga berhubungan seluruh aspek yang ada dalam perusahaan termasuk praktik bisnis yang etis.

John Elkington pada tahun 1994 mengemukakan konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang menyatakan bahwa bisnis seharusnya tidak hanya berfokus pada *single bottom line* yaitu *profit* (ekonomi) namun juga harus memperhatikan *people* (tenaga kerja) dan *planet* (lingkungan). TBL merupakan suatu kerangka keberlanjutan perusahaan yang menguji dampak perusahaan pada sosial, lingkungan dan ekonomi. Aspek tenaga kerja merujuk pada praktik bisnis perusahaan yang mendukung tenaga kerja seperti perlindungan terhadap tenaga kerja, pemberian upah yang wajar, dan pengembangan diri tenaga kerja. Pada aspek lingkungan berfokus pada pengelolaan perusahaan terhadap sumber daya alam yang terbatas, mengurangi dan mengelola limbah yang dihasilkan serta mengurangi penggunaan emisi karbon dan pemakaian energi. Sedangkan aspek ekonomi tidak sekadar berarti keuntungan yang diperoleh perusahaan namun terciptanya perdagangan yang adil dan etis. Pada saat mencari bahan baku perusahaan tidak hanya berfokus pada sisi ekonomis dengan mencari harga termurah, namun pada harga yang wajar. Implikasi dari konsep ini adalah perusahaan harus lebih mengutamakan kepentingan stakeholder dibandingkan kepentingan shareholder. Setelah 25 tahun konsep tersebut diaplikasikan, Elkington (2018) menyatakan bahwa perusahaan masih banyak berfokus pada aspek pemenuhan target profit dibandingkan dengan mengembang-

kan *bottom line* yang lain. Ukuran kinerja manajer masih didominasi ukuran finansial yaitu keuntungan yang dihasilkan. Hal ini mengindikasikan bahwa aktivitas dan pengungkapan aspek lingkungan masih ditujukan untuk membantu tercapainya keuntungan yang optimal bagi perusahaan.

Keberadaan tanggung jawab sosial sebagai salah satu wujud perilaku etis perusahaan juga berevolusi menjadi salah satu bagian dari strategi bisnis perusahaan. Pandangan dalam *Resource Based Theory* (RBT) menempatkan tanggung jawab sosial sebagai bagian dari sumber daya tak berwujud yang dapat berkontribusi pada keunggulan kompetitif suatu perusahaan dibandingkan perusahaan lain. Lebih jauh keberadaan tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu strategi pemasaran untuk mencapai kinerja keuangan yang maksimal. Pergeseran tanggung jawab sosial dari wujud perilaku etis menjadi strategi pemasaran dapat menyebabkan pengungkapan tanggung jawab tidak lagi menjadi cerminan dari perilaku etis perusahaan namun menjadi alat untuk mencari keuntungan.

Penelitian yang dilakukan dalam menghubungkan tanggung jawab sosial dengan kinerja perusahaan telah banyak dilakukan namun masih belum banyak yang mencoba meneliti motivasi perusahaan dalam melakukan tanggung jawab sosial. Penelitian yang dilakukan Grougiou *et al.* (2015) menemukan bahwa perusahaan yang memiliki stigma negatif seperti perusahaan pada industri alkohol, tembakau, judi, energi nuklir dan persenjataan melaporkan lebih banyak aktivitas tanggung jawab sosialnya sebagai cara untuk menetralkan dampak negatif dari industrinya. Penelitian lain yang dilakukan oleh Ling & Sultana (2015) pada perusahaan di bursa efek Singapura menemukan bahwa perusahaan dengan volatilitas harga saham yang tinggi melau-

kukan pengungkapan aktivitas tanggung jawab sosial yang lebih banyak sebagai upaya untuk mengalihkan atau mengubah persepsi investor terhadap perusahaan. Hasil-hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa motivasi dalam melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial tidak selalu didasari oleh pertimbangan etis namun untuk menetralkan atau mengubah pandangan stakeholder terhadap perusahaan.

Penelitian yang berusaha mengaitkan perilaku tanggung jawab sosial perusahaan dalam hubungannya dengan perilaku perusahaan dalam keuangannya pada negara berkembang memperoleh hasil yang inkonklusif. Penelitian Choi *et al.* (2013) pada perusahaan-perusahaan di Korea dengan menghubungkan tanggung jawab sosial, manajemen laba dan struktur kepemilikan menemukan bahwa tanggung jawab sosial berhubungan negatif terhadap manajemen laba tetapi hubungan tersebut melemah pada perusahaan keluarga atau perusahaan dengan konsentrasi kepemilikan tinggi. Namun penelitian yang dilakukan Muttakin *et al.* (2015) pada perusahaan-perusahaan di Bangladesh menemukan bahwa tanggung jawab sosial justru berhubungan positif pada praktik manajemen laba. Lebih lanjut Muttakin menemukan bahwa perusahaan yang berorientasi ekspor dan didominasi pembeli luar negeri yang kuat akan melakukan pengungkapan yang lebih banyak dan memiliki manajemen laba yang lebih rendah. Hal ini menunjukkan perilaku etis dipengaruhi oleh tekanan yang dilakukan oleh pihak eksternal dan bukan berdasarkan nilai yang memang dipercaya oleh perusahaan. Penelitian Jordaan *et al.*, (2018) di perusahaan-perusahaan Afrika Selatan yang menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja tanggung jawab sosial yang lebih baik cenderung untuk melakukan manajemen laba dengan menaikkan laba melalui akrual diskresioner. Sementara itu,

hasil penelitian Nasution dan Adhariani (2016) menemukan bahwa pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan di Indonesia masih menggunakan pendekatan simbolis yang berfokus untuk menaikkan citra perusahaan namun tidak disertai dengan perubahan yang substantif dalam praktik bisnis perusahaan. Pendekatan simbolis ini dapat digunakan sebagai alat bagi manajemen perusahaan untuk menyembunyikan tindakan manajemen laba yang dilakukan. Berdasarkan argumentasi tersebut maka disusun hipotesis sebagai berikut.

H_a: Semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial, semakin tinggi tindakan manajemen laba.

METODOLOGI PENELITIAN

Data dan Sampel Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif menggunakan data sekunder pada perusahaan-perusahaan industri non-keuangan yang *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2013–2017. Periode sampel ini dipilih karena sejak 2013 diterapkan pedoman GRI-G4 untuk pelaporan tanggung jawab sosial perusahaan. Terdapat 137 perusahaan yang melaporkan pengungkapan CSR menggunakan pedoman GRI-G4 pada periode sampel. Terdapat tiga perusahaan yang memiliki data tidak lengkap sehingga sampel akhir berjumlah 134 perusahaan.

Definisi Operasional Variabel dan Pengukuran Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dalam penelitian ini didefinisikan sebagai pengungkapan perusahaan tentang tanggung jawab sosialnya yang dilakukan dengan menerbitkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*)

versi GRI-G4. Pengungkapan tanggung jawab sosial dihitung dengan menjumlahkan item yang diungkapkan perusahaan dalam keberlanjutannya. Skor 1 diberikan jika perusahaan melakukan pengungkapan dan 0 jika tidak mengungkapkan. Jumlah total skor kemudian akan dibandingkan dengan jumlah total item pengungkapan di GRI versi G4.

Manajemen Laba

Manajemen laba adalah tindakan perusahaan untuk melakukan manipulasi angka laba yang ditujukan untuk tujuan tertentu. Manajemen laba diukur dengan pendekatan manajemen laba akrual menggunakan Modified Jones Model (1991) sebagai berikut.

$$TAC_t = NI_t - CFO_t \quad (1)$$

$$\frac{TAC_t}{TA_{t-1}} = \alpha_1 \frac{1}{TA_{t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta S_t}{TA_{t-1}} + \alpha_3 \frac{PPE_t}{TA_{t-1}} + \varepsilon_t \quad (2)$$

Hasil koefisien α_1 , α_2 , dan α_3 dari regresi pada persamaan (2) digunakan untuk menghitung NDA pada persamaan (3).

$$NDA_t = \alpha_1 \frac{1}{TA_{t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta S_t - \Delta REC_t}{TA_{t-1}} + \alpha_3 \frac{PPE_t}{TA_{t-1}} \quad (3)$$

$$DA_t = \frac{TAC_t}{TA_{t-1}} - NDA_t \quad (4)$$

Keterangan:

- TAC_t = AkruaI total pada tahun t
- NI_t = Laba bersih pada tahun t
- CFO_t = Arus kas operasi pada tahun t
- TA_{t-1} = Aset total pada tahun t-1
- ΔS_t = Perubahan penjualan bersih pada tahun t
- PPE_t = Aktiva tetap bruto pada tahun t
- ΔREC_t = Perubahan piutang usaha bersih pada tahun t
- NDA_t = AkruaI non-diskresioner pada tahun t
- DA_t = AkruaI diskresioner pada tahun t

Variabel kontrol

Variabel kontrol yang digunakan dalam penelitian ini adalah ukuran perusahaan (SIZE) (Prior *et al.*, 2008), tingkat utang (LEV) (Maha-deo *et al.*, 2011), pertumbuhan perusahaan (PBV) (Kim *et al.*, 2012).

Teknik Analisis Data

Pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda dengan model penelitian berikut.

$$DA_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 CSR_{it} + \alpha_2 SIZE_{it} + \alpha_3 LEV_{it} + \alpha_4 PBV_{it} + \alpha_5 IND_Dummy_{it} + \alpha_5 IND_year_{it} \varepsilon_{it}$$

Keterangan:

- DA_{it} = Manajemen laba akrual pada perusahaan i di tahun t
- CSR_{it} = Pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan i di tahun t
- $SIZE_{it}$ = Ukuran pada perusahaan i di tahun t
- LEV_{it} = Tingkat utang pada perusahaan i di tahun t
- PBV_{it} = Pertumbuhan pada perusahaan i di tahun t

Hasil dan Diskusi

Berikut adalah statistik deskriptif dari variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Tabel 1 Statistik Deskriptif

Variables	N	Mean	Median	Stdev
DA	134	0.178	0.071	0.530
CSR	134	0.438	0.430	0.184
SIZE	134	16.803	16.837	1.152
LEV	134	1.179	0.940	1.322
PBV	134	4.664	1.840	11.891

Berdasarkan hasil statistik deskriptif dapat dilihat bahwa rata-rata pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan-perusahaan di Indonesia adalah sebesar 43,8% dari total seluruh item yang ada dalam indeks GRI G4. Hal ini dikarenakan perusahaan menggunakan pengungkapan GRI G4 opsi Core yang memberikan fleksibilitas

bagi perusahaan untuk memilih item CSR yang akan diungkapkan sesuai dengan kondisi perusahaan.

DA	
Variable	Coeff. (t-stat)
CSR	0.518 (1.750)**
Control	
SIZE	0.004 (0.100)
LEV	-0.007 (-0.190)
PBV	0.004 (0.940)
Industry Dummy	included
Year Dummy	included
R ²	0.032
Notes: ** sig 5%	

Hasil pengujian hipotesis disajikan pada Tabel 2. Berdasarkan output regresi dapat dilihat bahwa pengungkapan CSR berasosiasi positif dengan manajemen laba dengan tingkat signifikansi 5% sehingga hipotesis yang menyatakan semakin luas pengungkapan CSR maka akan semakin rendah tindakan manajemen laba tidak diterima. Tanda positif menunjukkan bahwa semakin luas pengungkapan tanggung jawab sosial maka semakin tinggi manajemen laba dan berdampak pada rendahnya kualitas laba. Hal ini mengindikasikan bahwa perusahaan menggunakan pengungkapan tanggung jawab sosial sebagai alat untuk mengalihkan perhatian pemangku kepentingan dari tindakan oportunistik manajer yaitu manajemen laba. Kondisi ini dimungkinkan karena manajer menggunakan kesalahan pemahaman yang terjadi di masyarakat yang cenderung menggeneralisasi perusahaan yang aktif dalam tanggung jawab sosial adalah perusahaan yang memegang nilai-nilai etika dalam seluruh bisnisnya. Pemangku kepentingan menganggap

bahwa perusahaan yang aktif dalam pengungkapan tanggung jawab sosial juga akan berperilaku etis dalam aspek keuangannya. Hasil penelitian ini menunjukkan pada negara berkembang yang sebenarnya masih memiliki kesadaran akan tanggung jawab sosial yang rendah, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat digunakan manajer untuk mengalihkan perhatian para pemangku kepentingan terhadap tindakan manajemen laba. Manajer dapat terus melakukan tindakan manajemen laba dengan berlindung pada pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa penting untuk tetap melakukan analisis terhadap laporan keuangan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dan hal tersebut tidak bisa disubstitusikan dengan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial terhadap manajemen laba pada perusahaan yang aktif melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berasosiasi positif terhadap tindakan manajemen laba perusahaan. Kontribusi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi para pemangku kepentingan untuk tidak hanya menggunakan informasi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan namun juga perlu memperhatikan aspek keuangan. Hasil penelitian ini juga menegaskan pentingnya analisis laporan keuangan sebagai dasar bagi para pemangku kepentingan untuk mengambil keputusan terhadap perusahaan. Penelitian selanjutnya perlu untuk menguji apakah pola yang sama pada praktik penghindaran pajak dengan menguji asosiasi

pengungkapan CSR terhadap praktik-praktik kecurangan lain di bidang akuntansi seperti penghindaran pajak.

ACKNOWLEDGEMENT

Penelitian ini dibiayai dari hibah riset Dikti.

DAFTAR RUJUKAN

- Ali, W., Frynas, J.G., & Mahmood, Z. (2017). Determinants of Corporate Social Responsibility (CSR) Disclosure in Developed and Developing Countries: A Literature Review. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(4), 273–294.
- Arli, D., & Tjiptono, F. (2014). Does Corporate Social Responsibility Matter to Consumers in Indonesia? *Social Responsibility Journal*, 10(3), 537–549.
- Blazovich, J. & Smith, L. M. (2011). Ethical Corporate Citizenship: Does it Pay? *Research on Professional Responsibility and Ethics in Accounting* 15, 127–163.
- Bozzolan, S., Fabrizi, M., Mallin, C. A., & Michelon, G. (2015). Corporate Social Responsibility and Earnings Quality: International Evidence. *International Journal of Accounting*, 50(4), 361–396.
- Carroll, A.B. (1997). A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance. *Academy of Management Review*, 4(4), 497–505.
- Chih, H.L., Shen, C.H., & Kang, F.C. (2008). Corporate social responsibility, investor protection, and earnings management: Some international evidence. *Journal of Business Ethics*, 79(1), 179–198.
- Choi, B.B., Lee, D., & Park, Y. (2013). Corporate social responsibility, corporate governance and earnings quality: Evidence from Korea. *Corporate Governance: An International Review*, 21(5), 447–467.
- Dechow, P.M., Sloan R.G., & Sweeney A.P. (1995). Detecting Earnings Management. *The Accounting Review*, 70(2), 193–225.
- Elkington, J. (2018). 25 Years Ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line” Here’s Why It’s Time to Rethink It. *Harvard Business Review*.
- Grougiou, V., Dedoulis. E., & Leventis, S. (2016). Corporate Social Responsibility Reporting and Organizational Stigma: The Case of “Sin” Industries. *Journal of Business Research*, 69(2), 905–914.
- Harjoto, M. A., & Jo, H. (2011). Corporate Governance and CSR Nexus. *Journal of Business Ethics*, 100(1), 45–67.
- Hemingway, C., & MacLagan, P. (2004). Managers’ Personal Values as Drivers of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 50(1), 33–44.
- Hong, Y., & Andersen, M. L. (2010). The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Explanatory Study. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 461–471.
- Jordaan, L. A., de Klerk, M., & de Villiers, C. J. (2018). Corporate social responsibility and earnings management of South African companies. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 21(1), 1–13.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility? *The Accounting Review*, 87(3), 761–796.

- Ling, T. C. & Sultana, N. (2015). Corporate Social Responsibility: What Motivates Management to Disclose? *Social Responsibility Journal*, 11(3), 513–534.
- Lys, T., Naughton J.P., & Wang, C. (2015). Signalling Through Corporate Accountability Reporting. *Journal of Accounting and Economics*, 60 (1), 56–72.
- Mahadeo, J. D., Oogarah-Hanuman, V., & Soobaroyen, T. (2011). A Longitudinal Study of Corporate Social Disclosures in A Developing Economy. *Journal of Business Ethics*, 104(4), 545–558.
- Muttakin, M.B., Kahn, A., & Azim, M.I. (2015). Corporate Social Responsibility Disclosure and Earnings Quality, Are They a Reflection of Managers Opportunistic Behavior? *Managerial Auditing Journal*, 30(3), 277–298.
- Nasution R. M., Adhariani, D. (2016). Simbolis atau substantive? Analisis praktik pelaporan CSR dan kualitas pengungkapan. *Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia*, 13(1), 23–51.
- Orlitzky, M., Schmidt, F.L., & Rynes, S.L. (2003). Corporate social and financial performance: A meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403–441.
- Prior, D., Surroca, J., & Tribó, J.A. (2008). Are socially responsible managers really ethical? Exploring the relationship between earnings management and corporate social responsibility. *Corporate Governance: An International Review*, 16(3), 160–177.
- Richardson, G. (2008). The relationship between culture and tax evasion across countries; Additional Evidence and Extensions, *Journal of International Accounting, Auditing, and Taxation*, 17, 67–78.
- Scholten, B., & Kang, F.-C. (2013). Corporate Social Responsibility and Earnings Management: Evidence from Asian Economies. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 112, 95–112.
- Simnett, R., Vanstraelen A., & Chua, W.F. (2009). Assurance on Sustainability Reports: An International Comparison. *The Accounting Review*, 84(3), 937–967.
- Thornton, G. (2008). Corporate Social Responsibility: A necessity not a choice, *International Business Report*. Grant Thornton.
- Visser, W. (2008) Corporate Social Responsibility in Developing Countries. In A. Crane, A., McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D.S. Siegel, *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press, 473–479.
- Yip, E., Van Staden, C., & Cahan, S. (2011). Corporate Social Responsibility Reporting and Earnings Management: The Role of Political Costs. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 5(3), 17–33.