



## **ANALISIS *CREATIVE ACCOUNTING* SEBAGAI VARIABEL MODERASI DALAM PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP KINERJA KEUANGAN**

Ishar Auliyak<sup>1)</sup>  
Aida Nahar<sup>2)</sup>

Akuntansi, Universitas Islam Nahdlatul ulama Jepara  
<sup>2)aida@unisnu.ac.id</sup>

### ***Abstract***

*This study aims to analyze creative accounting as a variable that strengthens the influence of corporate social responsibility on the financial performance of companies with the LQ45 index for the 2018-2019 periods. This study uses secondary data from the financial statements of companies incorporated in LQ45 in 2018-2019. The population in this study is a company with an LQ45 index that publishes financial statements in rupiah currency in 2018 and 2019. The sampling technique used is saturated sampling, which means that the entire population is used in all samples. Based on the data, there are 38 companies. The data analysis method used classical assumption test and Moderating Regression Analysis (MRA). The results of this study indicate that corporate social responsibility individually does not affect financial performance, but the presence of creative accounting can strengthen the influence of corporate social responsibility on financial performance.*

*Keywords: Corporate Social Responsibility; Financial Performance; and Creative Accounting*

### **PENDAHULUAN**

Perusahaan secara umum masih memiliki perhatian yang rendah atas dampak lingkungan akibat adanya kegiatan eksplorasi dan eksploitasi sumber daya alam, yang mana menjadi bukti nyata isu mengenai lingkungan khususnya pada emisi industrialisasi. Bentuk tanggung jawab atas tindakan perusahaan yang telah merugikan masyarakat dan lingkungan merupakan awal munculnya konsep *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). Salah satu tujuan dari pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan adalah untuk menarik investor agar menanamkan modalnya, yang akhirnya dapat meningkatkan produksi dan penjualannya serta diharapkan akan terjadi peningkatan laba perusahaan.

Manajer perusahaan juga memanfaatkan pengungkapan CSR sebagai benteng atau strategi untuk mempertahankan diri dari tindakannya dalam mengelola laba perusahaan (Rahmawati & Dianita, 2011). Laba perusahaan menjadi tujuan utama sebagai salah satu tolok ukur prestasi kerja. Prestasi kerja



yang telah diraih oleh perusahaan dalam periode tertentu untuk mendapatkan keuntungan secara efektif dan efisien merupakan salah satu dari kinerja keuangan.

Kinerja keuangan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya kondisi keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Dalam menghadapi perubahan lingkungan, hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal. Untuk itu, suatu perusahaan yang memiliki kinerja yang baik perlu melakukan penilaian terhadap profitabilitas pada perusahaan. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian Prasetyo & Meiranto (2017) dan Putri (2019) yang menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi kinerja keuangan. Sebaliknya, ada penelitian yang menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Hasil tersebut ditemukan oleh Kusuma & Syafruddin (2014), Atmadja, Irmadariyani, & Wulandari (2019) dan Ang, Murhadi, & Ernawati (2020).

Ketidak-konsistenan dalam hasil penelitian tentang *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan yang menyebabkan sejumlah peneliti berikutnya berupaya menemukan penyebab terjadinya ketidakkonsistenan tersebut dengan memasukkan variabel moderating. Penelitian ini mencoba memasukkan variabel moderasinya adalah *creative accounting*. Hal ini dipicu dari argumen dari Triani (2017) yang menemukan bahwa salah satu upaya untuk menunjukkan kinerja adalah dengan melakukan *earning management* yang diwujudkan dalam pelaksanaan teknik *creative accounting*. Teknik *creative accounting* merupakan salah satu teknik untuk mengatur profitabilitas perusahaan yang mendistorsi nilai informasi dalam laporan keuangan. Dalam teknik *creative accounting* disampaikan cara mendeteksi adanya peningkatan laba atau penurunan laba yang terjadi pada *creative accounting*.

*Creative Accounting* sebagai wujud tindakan *earning management* walaupun legal dan terlihat aman, tapi juga dapat memiliki dampak yang merugikan bagi perusahaan, apabila terbukti melakukan manipulasi tersebut. Kemungkinan manajer akan membuat strategi terkait pengungkapan CSR agar perusahaan memiliki kesan dimata *stakeholder* jika perusahaan terbukti melakukan *creative accounting*.

Bentuk tanggung jawab dalam menyejahterakan masyarakat harus dilakukan perusahaan, dengan mendukung program ekonomi dan penjagaan lingkungan berkelanjutan yang disebut dengan *corporate sosial responsibility* (CSR). Jadi perusahaan juga harus memberikan dampak (*impact*) yang positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitarnya. Ini menjadi keharusan suatu perusahaan apalagi memiliki keterkaitan dengan lingkungan dan kehidupan masyarakat terkait program CSR.

Atas dasar fenomena tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang menjelaskan pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan, dan selanjutnya meneliti CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yang dimoderasi (diperkuat atau diperlemah) dengan adanya praktik *creative accounting*. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:



- a. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap kinerja keuangan?
- b. Apakah *creative accounting* memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan?

## TELAAH PUSTAKA

### *Tinjauan Teori Stakeholder*

Penelitian ini menggunakan teori yang berasal dari manajemen strategi yaitu teori stakeholder yang digunakan sebagai “pisau” analisis untuk meneliti pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan suatu perusahaan. Teori ini dikemukakan pertama kali oleh R. Edward Freeman tahun 1984 yang mengungkapkan bahwa suatu perusahaan harus mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya (Freeman, 2004). Hal ini disebabkan perusahaan melakukan kegiatan operasional tidak hanya untuk kepentingan perusahaan sendiri, melainkan selalu bersinggungan dengan stakeholdernya.

Asumsi dasar teori ini adalah suatu perusahaan dapat berkembang menjadi sangat besar karena peran stakeholdernya yang salah satunya adalah masyarakat. Masyarakat sangat peduli terhadap perusahaan dengan membeli atau menggunakan produknya yang menyebabkan kenaikan omzet perusahaan, sehingga dapat menyebabkan perkembangan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan harus menunjukkan akuntabilitas dan tanggung jawabnya kepada masyarakat serta mampu memberikan manfaat bagi stakeholdernya.

Salah satu manfaat yang dapat diberikan perusahaan kepada masyarakat adalah melaksanakan program *Corporate Social Responsibility* (CSR). Dengan adanya program CSR, kesejahteraan karyawan, pelanggan, dan masyarakat dapat meningkat yang akhirnya diharapkan akan terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dengan masyarakat sekitar. Dengan terjalinnya hubungan yang baik tersebut, ada kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan sehingga masyarakat akan membeli produk perusahaan yang akhirnya akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan.

### *Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan.*

Kinerja keuangan merupakan salah satu alat untuk mengukur kondisi keuangan perusahaan (Nahar, Chariri, & Prabowo, 2020). Kondisi keuangan suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan keuangan khususnya laporan laba rugi yang terkait dengan profitabilitas perusahaan. Profitabilitas perusahaan dapat naik jika ada kepercayaan dari masyarakat terhadap produk yang dihasilkannya. Salah satu pemicu timbulnya kepercayaan masyarakat adalah dengan dijalankannya program *corporate social responsibility* perusahaan.

*Corporate social responsibility* merupakan salah satu program yang dilakukan perusahaan agar menarik investor dan customer. Para investor dan calon investor akan menilai kinerja perusahaan yang salah satunya kepedulian terhadap lingkungan. Jika kinerja perusahaan baik, maka investor dan calon investor akan tertarik untuk menanamkan modalnya ke perusahaan, begitu sebaliknya. Selain para investor dan calon investor, *customer* juga menilai perusahaan dalam



pembelian produknya. Jika perusahaan bertanggungjawab atas lingkungannya, maka akan timbul kepedulian customer terhadap perusahaan yang akhirnya diharapkan akan membeli produk perusahaan tersebut dan dampaknya akan terjadi peningkatan laba perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian Prasetyo & Meiranto (2017) dan Putri (2019) yang menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, hipotesis satu dalam penelitian ini adalah:

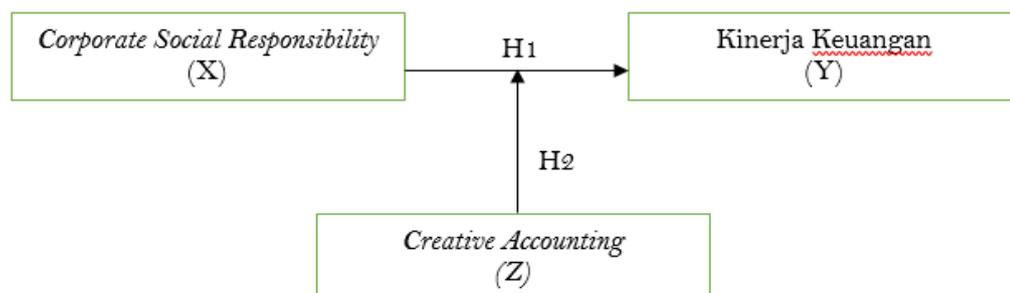
H1: *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan

### ***Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan dengan diperkuat creative accounting.***

Tujuan perusahaan melakukan CSR adalah untuk membangun citra positif di mata masyarakat dan konsumen. Konsumen akan mempunyai pandangan yang baik dan akan menggunakan produk perusahaan. *Creative accounting* sebagai wujud tindakan *earning management* merupakan suatu perilaku manajer dalam mengelola laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu (Wijaya & Yulius Jogi Christiawan, 2014). Pernyataan ini didasarkan pada fakta bahwa manajer yang berlindung pada penyesuaian akuntansi cenderung *over-invest* dalam aktivitas yang mempertinggi CSR perusahaan sebagai salah satu strategi pertahanan diri. Dengan semakin tingginya tingkat *creative accounting* dapat mengakibatkan peningkatan program CSR yang akan meningkatkan kinerja keuangan perusahaan. CSR dengan kinerja keuangan perusahaan akan berpengaruh positif jika semakin tinggi praktik *earning management* yang diwujudkan dalam praktik *creative accounting* suatu perusahaan. Hal ini sesuai dengan penelitian yang telah dilakukan oleh (Rahmawati & Dianita, 2011) yang menunjukkan bahwa CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan dengan *earning management* sebagai variabel moderasi. Salah satu praktik *earning management* adalah dengan melakukan *creative accounting*. Oleh karena itu, hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah:

H2: *Creative Accounting* memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan

Dari kedua hipotesis di atas, maka kerangka pemikiran teoritis dalam penelitian ini dapat digambarkan sesuai gambar 1 di bawah ini.



Gambar 1: Kerangka Pemikiran Teoritis



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data sekunder yang diperoleh dengan menggunakan data laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di LQ45. Populasi dalam penelitian ini adalah perusahaan-perusahaan yang terdaftar di LQ45 yang melaporkan laporan keuangannya dalam mata uang rupiah dari tahun 2018 dan 2019. Berdasarkan data dari [www.idx.co.id](http://www.idx.co.id) serta web perusahaan yang terdaftar di LQ45, perusahaan yang melaporkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah di tahun 2018 sampai 2019 ada 38 perusahaan. Dengan menggunakan metode sampel jenuh atau sensus, maka seluruh populasi akan diolah dan dijadikan dalam analisis data dalam penelitian ini.

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kinerja keuangan yang menurut Nahar et al. (2020), merupakan pengukuran kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Salah satu pengukuran kinerja keuangan adalah rasio profitabilitas dengan menggunakan alat ukur *Return On Equity* (ROE). ROE merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan profit dengan menggunakan modal sendiri yang dimiliki. ROE disebut pula dengan rentabilitas modal sendiri. Semakin tinggi rasio ROE, menunjukkan semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba untuk para pemegang saham.

Variabel independent dalam penelitian ini adalah *corporate social responsibility* yang merupakan kegiatan perusahaan dengan memberikan perhatian yang seimbang antara berbagai kepentingan berbagai stakeholder yang beragam dalam setiap keputusan dan tindakan yang diambil oleh para pelaku bisnis melalui perilaku yang secara sosial bertanggungjawab (Nahar, 2012). Metode pengukuran CSR menggunakan variabel dummy dengan menghitung indeks *disclosure* dalam butir laporan tahunan yang diungkap perusahaan dengan membagi skor *disclosure* yang terungkap di laporan tahunan dengan total maksimum yang mungkin diraih (Nasir, Kurnia, & Hakri, 2013).

Sedangkan variabel moderasi dalam penelitian ini adalah *creative accounting* sebagai wujud prakti *earning management* yang merupakan strategi yang dilakukan manajer untuk memilih berbagai kebijakan akuntansi untuk berbagai tujuan spesifik (Siregar, 2017). Variabel ini diproksikan dengan *discretionary accruals* yang dihitung dengan menggunakan model Jones (1991) yang dimodifikasi.

Berdasarkan informasi di atas, variabel yang digunakan dalam penelitian ini dirangkum dalam tabel 1.

Tabel 1. Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional	Pengukuran
Independen: <i>Corporate Social Responsibility</i>	Tindakan perusahaan dalam memperhitungkan dan menyeimbangkan beragam minat stakeholder sebagai bentuk pertanggungjawaban sosial	Indeks <i>disclosure</i> : <i>Disclosure</i> CSR Total maksimum <i>disclosure</i> CSR
Dependen: Kinerja Keuangan	Kinerja keuangan diproksikan dengan return on equity. ROE didefinisikan	ROE = Laba Bersih Setelah Pajak ÷ Total Ekuitas



	sebagai laba bersih setelah pajak dibagi total ekuitas (Prasinta, 2012)	
Moderasi: <i>Creative Accounting</i> .	Strategi yang dilakukan untuk memilih kebijakan akuntansi untuk tujuan yang spesifik	$\text{Earning Management} = \frac{\Delta \text{Modal Kerja } t}{\text{Pendapatan } t}$ $\Delta \text{Akrual Modal Kerja} = \Delta \text{AL} - \Delta \text{HL} - \Delta \text{KAS}$ $\Delta \text{AL} = \text{Perubahan aktiva lancar pada periode } t$ $\Delta \text{HL} = \text{Perubahan hutang lancar pada periode } t$ $\Delta \text{Kas} = \text{Perubahan kas dan ekuivalen kas pada periode } t$

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dan *moderating regression analysis* (MRA). Analisis Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Sedangkan *Moderating Regression Analysis* (MRA) digunakan untuk menguji hipotesis pengaruh variabel moderasi terhadap variabel independent dan variabel dependen. Pemilihan metode *Moderating Regression Analysis* disebabkan analisis MRA dapat menjelaskan pengaruh variabel independent dengan independent serta variabel moderasi yang dapat memperkuat atau memperlemah. Selain itu MRA merupakan aplikasi khusus regresi linear berganda yang dalam persamaan regresinya mengandung unsur interaksi atau perkalian dua atau lebih variabel independent.

## PEMBAHASAN

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan berindeks LQ45 periode 2018-2019. Indeks LQ45 adalah indeks yang terdiri dari 45 saham yang mempunyai likuiditas tinggi, yang disisihkan melalui beberapa tipe pemilihan. Selain itu, seleksi yang dilakukan mempertimbangkan kapitalisasi pasar (Sunariyah, 2011). Indeks LQ45 terdiri dari 45 perusahaan, akan tetapi hanya perusahaan yang menerbitkan laporan keuangan dalam mata uang rupiah yang dijadikan sebagai objek penelitian, yaitu sebanyak 38 perusahaan. Dengan menggunakan metode penggabungan data (*pooling*) maka diperoleh data penelitian sebanyak 76 data.

Tabel 2. Hasil Statistik Deskriptif

	N	Descriptive Statistics			
		Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CSR	75	.00	1.00	.9733	.16219
<i>Creative Accounting</i>	75	-1.43	3.55	.0548	.70077
ROE	75	.00	1.40	.1749	.22511
Valid N (listwise)	75				

Sumber : Data Sekunder yang diolah



Dari tabel di atas menunjukkan bahwa jumlah data yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 75 data, yaitu 38 perusahaan berindeks LQ45 dengan periode waktu 2 tahun dimulai dari tahun 2018-2019. Variabel CSR memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimum CSR adalah sebesar 1,00. Nilai rata-rata dari variabel CSR adalah 0,9733 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 0,16219. Nilai standar deviasi dari variabel CSR lebih kecil dari nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan keadaan yang cukup baik karena variabel CSR memiliki peredaran yang tidak begitu besar.

Variabel *creative accounting* pada penelitian ini memiliki nilai minimum sebesar -1,43 dan nilai maksimum *creative accounting* adalah sebesar 3,55. Nilai rata-rata *creative accounting* adalah sebesar 0,0548 dan nilai standar deviasinya adalah sebesar 0,70077. Nilai standar deviasi *creative accounting* lebih besar dari nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan keadaan yang kurang begitu baik karena variabel *creative accounting* memiliki persebaran yang cukup besar. Variabel kinerja keuangan yang diprosikan dengan ROE memiliki nilai minimum sebesar 0,00 dan nilai maksimumnya 1,40. Nilai rata-ratanya adalah sebesar 0,1749 dan standar deviasinya adalah sebesar 0,22511. Nilai standar deviasi dari kinerja keuangan lebih besar dari nilai rata-ratanya. Hal ini menunjukkan keadaan yang kurang baik karena variabel kinerja keuangan memiliki persebaran yang cukup besar.

Penelitian ini sudah melalui uji normalitas serta sudah melalui uji asumsi klasik. Semua data sudah normal dan bebas multikolonieritas, bebas heteroskedastisitas dan bebas autokorelasi. Selain itu, penelitian ini juga sudah menunjukkan model penelitian yang fit atau layak. Kelayakan model ditunjukkan dengan signifikansi uji F yang disajikan sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil uji statistic F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8436.930	2	4218.465	24.413	.000 <sup>b</sup>
	Residual	12441.357	72	172.797		
	Total	20878.286	74			

a. Dependent Variable: Kinerja Keuangan

b. Predictors: (Constant), Moderasi *creative accounting*, *Corporate Social Responsibility*

Setelah melalui berbagai pengujian-pengujian tersebut di atas, maka hasil regresi dapat digunakan untuk analisis data. Hasil uji regresi sederhana adalah

Tabel 4. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.303	.968		-2.379	.020
	CSR	.354	.981	.042	.360	.720

a. Dependent Variable: ROE



Berdasarkan tabel..di atas, maka model regresi berganda untuk menjawab hipotesis 1 adalah:

$$Y = 0,354 + 0,360X_1 + e$$

Adapun uji moderasi untuk menjawab hipotesis kedua dalam penelitian ini ditunjukkan dalam tabel 1di bawah ini.

Tabel 5. Hasil Uji Moderating Regression Analysis

Model		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.938	9.296		.101	.920
	CSR	.561	9.425	.005	.060	.953
	CSR X <i>creative accounting</i>	15.233	2.181	.636	6.983	.000

a. Dependent Variable: ROE

Dari tabel 5, model *Moderating Regression Analysis* dalam penelitian ini adalah:

$$Y = 15,233 + 0,60X_1 + 6,983X_1Z + e$$

Berdasarkan tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Banyak sedikitnya praktik *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan berindeks LQ45, tidak akan meningkatkan kinerja perusahaan tersebut. Hal ini nampak di beberapa perusahaan yang berindeks LQ45 melaporkan tingginya praktik *corporate social responsibility* mempunyai kinerja perusahaan yang tinggi. Ada juga perusahaan yang berindeks LQ45 yang melaporkan tingginya praktik *corporate social responsibility*, namun kinerja perusahaannya rendah. Ada pula perusahaan yang melaporka sedikitnya praktik *corporate social responsibility* tapi kinerja keuangannya juga tinggi. Sebaliknya, ada juga perusahaan yang melaporkan sedikitnya praktik *corporate social responsibility* yang berakibat kinerja perusahaannya juga rendah.

Contoh, PT Unilever Tbk di tahun 2019, memiliki praktik *corporate social responsibility* yang tinggi yaitu 1,00 dan mempunyai kinerja keuangan yang cukup tinggi yaitu 1,40. Sebaliknya, PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk di tahun 2019, melaporkan praktik *corporate social responsibility* yang rendah, yaitu 0.00 tetapi memiliki kinerja keuangan yang cukup rendah, yaitu 0.20. Kedua perusahaan tersebut tidak sejalan dengan PT Sawit Sumbermas Sarana Tbk di tahun 2018 melaporkan praktik *corporate social responsibility* yang tinggi yaitu 1.00, memiliki kinerja keuangan yang rendah, yaitu 0.02. Ada juga perusahaan yang melaporkan praktik *corporate social responsibility* yang rendah tetapi kinerja keuangannya tinggi. Seperti PT Matahari Departemen Store Tbk di tahun 2019 yang melaporkan praktik *corporate social responsibility* yang rendah, yaitu 0.00, namun kinerja keuangannya cukup tinggi, yaitu 0,78.



Berdasarkan uraian di atas, nampak bahwa perusahaan-perusahaan yang berindeks LQ45 yang melakukan kegiatan *corporate social responsibility* tidak menjadi daya tarik konsumen untuk membeli produk perusahaan. Faktor pemicu pembelian produk karena kebutuhan pokok atau kebutuhan konsumen akan produk perusahaan, bukan karena perusahaan melakukan praktik *corporate social responsibility* atau tidak. Contoh produk PT Unilever Tbk merupakan produk kebutuhan pokok konsumen yang memang harus dibeli tanpa memperhatikan perusahaan melakukan *corporate social responsibility* atau tidak. Begitu juga perusahaan berindeks LQ45 lainnya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Kusuma dan Syarifuddin, (2014), yang meneliti di perusahaan yang berpartisipasi dalam *Indonesia Sustainability Reporting Award (ISRA)*. Hasil temuannya sama dengan penelitian ini yang menemukan bahwa *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Pencapaian tujuan utama perusahaan akan lebih efisien dengan memperhatikan kebutuhan stakeholder. Namun banyak perusahaan secara umum melakukan atau mengungkap praktik *corporate social responsibility* merupakan bagian dari iklan saja serta perusahaan cenderung menghindari memberkan informasi yang relevan. Dengan demikian, para *stakeholder* masih mempertimbangkan kualitas pengungkapan praktik *corporate social responsibility* yang akhirnya para *stakeholder* membeli produk perusahaan bukan disebabkan adanya praktik *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan.

Selain penelitian ini juga didukung hasil penelitian Ang et al. (2020), Margaretha & Witedjo (2014) serta Atmadja et al. (2019) yang menemukan pengungkapan praktik *corporate social responsibility* tidak mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan. Hal ini dipicu dengan adanya kurang pedulian atas laporan tanggung jawab sosial di negara berkembang, sehingga praktik *corporate social responsibility* yang dilakukan di Indonesia masih belum dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Selain itu, menurut Dewi dan Monalisa (2016), ketidak pengaruhnya praktik *corporate social responsibility* disebabkan belum adanya standar pelaporan praktik *corporate social responsibility* yang akhirnya terdapat perbedaan jumlah laporan aktivitas praktik *corporate social responsibility* antara satu perusahaan dengan perusahaan lain dapat membuat keengganan para *stakeholder* dan investor untuk melihat laporan pengungkapan praktik aktivitas *corporate social responsibility* dalam menentukan keputusan membeli produk perusahaan atau dalam menentukan keputusan berinvestasi.

Berdasarkan tabel 5, nampak bahwa *creative accounting* memperkuat hubungan antara *corporate social responsibility* dengan kinerja keuangan. Hal ini ditunjukkan dari angka signifikansinya yang berjumlah 0,00 yang artinya signifikan karena dibawah 0,05. Angka tersebut menunjukkan bahwa *creative accounting* yang dilakukan perusahaan akan memperkuat pengaruh pengungkapan praktik *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. Jika perusahaan melakukan *creative accounting*, maka pengungkapan praktik *corporate social responsibility* berdampak pada kinerja perusahaan yang berindeks LQ45.

Penelitian ini sejalan dengan penelitiannya Mahrani & Soewarno (2018) dan Ang et al. (2020) yang menemukan bahwa *creative accounting* memperkuat pengaruh *corporate social responsibility* terhadap kinerja keuangan. Hal ini



mengungkapkan bahwa praktik *corporate social responsibility* yang dilakukan perusahaan dapat membantu perusahaan untuk mendapat dukungan dari masyarakat sekitar dan dengan melakukan *creative accounting* akan membuat laporan keuangan perusahaan semakin menarik yang akhirnya akan berdampak pada peningkatan kinerja perusahaan.

## KESIMPULAN

Praktik *Corporate social responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang berindeks LQ45 di tahun 2018 – 2019, tidak mempengaruhi kinerja perusahaan di tahun yang sama. Hal ini mempunyai arti bahwa kinerja keuangan perusahaan berindeks LQ45 tahun 2018 sampai 2019 dicapai bukan karena *corporate social responsibility* yang telah dilakukannya. Namun jika ada *creative accounting* yang dilakukan oleh perusahaan, akan memperkuat praktik *corporate social responsibility* yang akhirnya akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan.

## REFERENSI

- Ang, J., Murhadi, W. R., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dan Earning Management sebagai Variabel Moderasi. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 1(1), 11–20.
- Atmadja, G. B. D., Irmadariyani, R., & Wulandari, N. (2019). Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan ( Studi Empiris pada Perusahaan yang Terdaftar di Indeks SRI-KEHATI Bursa Efek Indonesia ) ( The Effect of Corporate Social Responsibility on Corporate Financial Pe. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VI(1), 127–134.
- Freeman, R. E. (2004). The Stakeholder Approach Revisited. *Zeitschrift Für Wirtschafts- Und Unternehmensethik*, (January 2004). <https://doi.org/10.5771/1439-880X-2004-3-228>
- Jones, J. J. (1991). Earnings Management During Import Relief Investigations. *Journal of Accounting Research*, 29(2), 193–228.
- Kusuma, D., & Syafruddin, M. (2014). Analisis Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Moderasi. *Diponegoro International Journal of Business*, 3(1), 1–13.
- Mahrani, M., & Soewarno, N. (2018). The effect of good corporate governance mechanism and corporate social responsibility on financial performance with earnings management as mediating variable. *Asian Journal of Accounting Research*, 3(1), 41–60. <https://doi.org/10.1108/AJAR-06-2018-0008>
- Margaretha, F., & Witedjo, C. G. (2014). CSR, Nilai Perusahaan dan Kinerja Keuangan Perusahaan pada Industri Pertambangan dan Manufaktur di Indonesia. *Media Riset Akuntansi, Auditing & Informasi*, 4(1), 89–114.



- Nahar, A. (2012). Analisis Praktik Corporate Social Responsibility Perusahaan Furniture di Kabupaten Jepara. *Jurnal Akuntansi & Investasi*, 13(2), 116–129.
- Nahar, A., Chariri, A., & Prabowo, T. J. W. (2020). Supply chain management impact on company's financial performance: Empirical evidence from Indonesia. *International Journal of Supply Chain Management*, 9(2), 630–635.
- Nasir, A., Kurnia, P., & Hakri, T. D. (2013). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Leverage, Profitabilitas, Ukuran, dan Umur Perusahaan terhadap Pengungkapan Informasi Pertanggungjawaban Sosial Perusahaan pada Perusahaan Food and Beverage yang terdaftar di BEI. *Jurnal Ekonomi*, 21(4), 1–14.
- Prasetyo, A., & Meiranto, W. (2017). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2013–2015. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–12.
- Putri, M. R. (2019). Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Kinerja Keuangan Dengan Manajemen Laba sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 8(11).
- Rahmawati, & Dianita, P. S. (2011). Analysis of the Effect of Corporate Social Responsibility on Financial Performance With Earnings Management as a Moderating Variable. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7(10), 1034–1045.
- Siregar, N. Y. (2017). Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan dan Mekanisme Corporate Governance terhadap Earning Management. *Jurnal Akuntansi*, 3(2), 50–63.
- Triani, A. (2017). Creative Accounting sebagai Informasi yang Baik atau Menyesatkan? *AKRUAL: Jurnal Akuntansi*, 8(2), 103–111.
- Wijaya, V. A., & Yulius Jogi Christiawan. (2014). Pengaruh Kompensasi Bonus, Leverage dan Pajak terhadap Earning Management pada Perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2009 - 2013. *Tax & Accounting Review*, 4(1).