BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Teori

2.2.1 Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan sistem pengolahan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan masyarakat, pemerintah, individu dan kelompok masyarakat. Untuk itu sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada masyarakat, operasi perusahaan harus sesuai dengan harapan masyarakat (Sholekah & Venusita, 2014). Teori legitimasi berfokus pada hubungan dua arah yaitu antara perusahaan dengan masyarakat. Teori ini menyatakan bahwa organisasi adalah bagian dari masyarakat sehingga harus memperhatikan norma-norma sosial masyarakat karena kesesuaian dengan norma sosial dapat membuat perusahaan semakin legitimate. Dalam teori legitimasi perusahaan berusaha untuk menyesuaikan keadaan dengan peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat sehingga dapat diterima di lingkungan eksternal karena dalam teori legitimasi menyatakan bahwa suatu organisasi hanya bisa bertahan jika masyarakat sekitar merasa bahwa organisasi beroperasi berdasarkan sistem nilai yang sepadan dengan sistem nilai yang dimiliki oleh masyarakat (Sari, 2013).

Seiring berjalannya waktu, nilai sosial selalu berkembang dimasyarakat, untuk itu perusahaan diharapkan selalu menyesuaikan nilai-nilai yang mereka miliki dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat agar tidak terjadi legitimasi gap di antara kedua belah pihak. Legitimasi gap terjadi karena adanya faktor yang memengaruhi seperti adanya ketidaksesuaian harapan masyarakat dengan adanya perubahan kinerja perusahaan, begitu juga sebaliknya. Selain itu harapan masyarakat dan kinerja perusahaan mengalami perubahan ke arah yang berbeda.

Adanya teori legitimasi ini akan memberikan landasan bahwa perusahaan harus mematuhi peraturan-peraturan yang berlaku di masyarakat yang berkaitan

dengan kegiatan usahanya, agar kegiatan operasional dalam perusahaan dapat berjalan dengan baik tanpa adanya konflik di masyarakat maupun di lingkungan tempat beroperasi. Pengungkapan lingkungan dinilai bermanfaat untuk memulihkan meningkatkan dan mempertahankan legitimasi yang telah diterima (Hadjoh & Sukartha, 2013). Oleh sebab itu *corporate social responsibility* perlu dikembangkan perusahaan, karena diharapkan dapat membawa kontribusi yang positif terhadap masyarakat di sekitar dan masyarakat dapat menerima perusahaan dengan baik tanpa mempermasalahkan keberadaan perusahaan tersebut.

2.2.2 Teori stakeholder

Teori stakeholder membahas mengenai pihak-pihak yang keberadaannya sangat penting dan berpengaruh dalam perusahaan seperti karyawan, masyarakat, *competitor*s maupun pemerintah. Keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan dari *stakeholder*, oleh sebab itu perusahaan yang beroperasi tidak hanya mengutamakan kepentingan bagi perusahaan itu sendiri melainkan juga untuk memberikan manfaat bagi stakeholdernya. Freeman pertama kali mengembangkan konsep *stakeholder* yang menjelaskan tingkah laku (*corporate behaviour*) dan kinerja sosial (Borghei-Ghomi & Leung, 2013). Selain itu *stakeholder* menurut Freeman adalah setiap kelompok atau individu yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi tujuan umum dari sebuah organisasi.

Pemangku kepentingan atau *Stakeholder* dapat terbagi menjadi dua bagian, yaitu *stakeholder* utama (*primary stakeholders*) dan *stakeholder* pendukung (*secondary stakeholders*). *Stakeholder* utama yaitu berkaitan dengan keberlangsungan perusahaan seperti pemegang saham (*shareholders*), pemasok (*suppliers*), pelanggan (*customers*), pekerja (*employees*), dan juga pesaing (*competitors*). Sedangkan stakeholder lainnya atau pendukung terdiri dari komunitas, kelompok aktivis lingkungan atau sosial, dan juga pemerintah maupun pembuat kebijakan lainnya (Ma, Wang, Wu, dan Tseng, 2018).

Tanggung jawab sosial tidak selalu berfokus pada pemaksimalan laba

perusahaan untuk kepentingan pemegang saham (*stakeholders*), namun lebih berfokus pada kesejahteraan semua pihak yang memilik keterkaitan dengan perusahaan agar keberlangsungan hidup perusahaan yang menjadi tujuan dapat tercapai. Dalam mencapai tujuan tersebut perusahaan dalam melakukan aktivitas sangat bergantung pada lingkungan dan sosial, maka dari itu sangat diperlukan kepercayaan stakeholder dalam pengambilan keputusan.

Perusahaan perlu memiliki prioritas dan strategi dalam menjalankan kegiatan bisnisnya. Prioritas perusahaan adalah eksistensi perusahaan dan pencapaian laba jangka panjang. Keberhasilan tersebut dapat dicapai apabila keberadaan perusahaan dapat berguna dan didukung oleh *stakeholder*. Dalam Nudrizal (2011) menyatakan bahwa Dukungan *stakeholde*r akan terwujud jika dampak negatif pada ranah sosial, ekonomi, dan lingkungan bukan hanya dapat diminimalisir, tetapi justru dapat memberikan dampak positif yang besar bagi *stakeholder*.

Pelaksanaan CSR tidak hanya dihadapkan kepada pemilik atau kepada pemegang sahamnya saja, tetapi juga terhadap para *stakeholder* yang terkait dan terkena dampak dari keberadaan perusahaan. Mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan (Gantino, 2016). Penerapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan oleh perusahaan merupakan sautu bentuk konsistensi perusahaan dalam memperhatikan para *stakeholder* dan diharapkan dapat menjaga stabilitas perusahaan dalam jangka panjang.

2.2.3 Corporate Social Responsibility

Heri (2013) menyatakan bahwa corporate social responsibility adalah komitmen perusahaan dalam memberikan kontribusi jangka panjang terhadap suatu issue tertentu di masyarakat atau lingkungan untuk dapat menciptakan lingkungan yang lebih baik. Menurut lingkar studi CSR Indonesia, CSR adalah upaya sungguh- sungguh dari entitas bisnis untuk meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif operasinya terhadap seluruh

pemangku kepentingan dalam ranah ekonomi, sosial, dan lingkungan agar mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Rachman, 2011).

Definisi CSR atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah 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. CSR dalam pengungkapannya harus berdasarkan pemahaman 3P (*profit*, *people*, *planet*) yang artinya bahwa bisnis tidak hanya mencari laba (*profit*), tetapi juga menyejahterakan orang (*people*), dan menjamin keberlanjutan hidup lingkungan ini (*planet*) (Anggitasari, 2012).

Intinya bahwa corporate social responsibility merupakan kewajiban bagi organisasi bisnis atau perusahaan untuk ikut serta dalam kegiatan yang bertujuan untuk melindungi serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan, disamping tujuan kegiatan bisnis yaitu untuk kepentingan organisasi itu sendiri dengan tetap mentaati hukum dan prinsip-prinsip ekonomi. Dengan kata lain, organisasi yang tumbuh di masyarakat diharapkan agar tidak hanya mengejar keuntungan diri sendiri, tetapi juga memikirkan kepentingan masyarakat dan lingkungannya ikut dalam kegiatan-kegiatan yang bertujuan meningkatkan kehidupan sosial.

CSR atau tanggung jawab sosial ini telah ditegaskan dalam UndangUndang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal dan UndangUndang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 pasal 15 huruf b disebutkan bahwa: "Setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan", dalam penjelasan pasal tersebut disebutkan "Yang dimaksud dengan "tanggung jawab sosial perusahaan" adalah tanggung jawab yang melekat pada setiap perusahaan penanaman modal untuk tetap menciptakan hubungan yang serasi, seimbang, dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma, dan budaya masyarakat setempat". Sedangkan pada Pasal 1 angka 3 Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas menyebutkan

“Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan adalah komitmen Perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi Perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Menurut Setianingrum (2015), dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, perusahaan memfokuskan perhatiannya kepada tiga hal yaitu antara lain :

1. *Profit*

Dengan diperolehnya profit, perusahaan dapat memberikan dividen bagi pemegang saham, mengalokasikan sebagian laba yang diperoleh guna membiayai pertumbuhan dan mengembangkan usaha di masa depan, serta membayar pajak kepada pemerintah.

2. Lingkungan

Dengan memberikan perhatian kepada lingkungan yang ada di sekitar, perusahaan dapat ikut berpartisipasi, dalam usaha-usaha pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas kehidupan umat manusia dalam jangka panjang. Perusahaan juga ikut ambil bagian dalam aktivitas manajemen bencana. Manajemen laba di sini tidak hanya sekedar memberikan bantuan kepada korban bencana, tetapi juga berpartisipasi dalam usaha-usaha mencegah terjadinya bencana serta meminimalkan dampak bencana melalui usaha-usaha pelestarian lingkungan sebagai tindakan preventif untuk meminimalisir bencana.

3. Sosial atau masyarakat

Perhatian terhadap masyarakat dapat dilakukan dengan cara melakukan aktivitas-aktivitas serta pembuatan kebijakan yang dapat meningkatkan kompetensi yang dimiliki di berbagai bidang, seperti pemberian beasiswa bagi pelajar di sekitar perusahaan, pendirian sarana pendidikan dan kesehatan, dan penguatan ekonomi lokal. Dengan menjalankan tanggung jawab sosial, perusahaan diharapkan tidak hanya mengejar keuntungan jangka pendek, namun juga turut memberikan kontribusi bagi peningkatan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat serta lingkungan sekitar dalam jangka panjang. Pada dasarnya ada banyak manfaat yang akan diterima ketika perusahaan

menerapkan CSR. Sebagaimana yang dikatakan oleh Fahmi (2014) bahwa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain, yaitu :

a. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merk perusahaan.
b. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
c. Mereduksi risiko bisnis perusahaan.
d. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
e. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
f. Mereduksi biaya, misalnya terkait dampak pembuangan limbah.
g. Memperbaiki hubungan dengan stakeholder.
h. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
i. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan.
j. Peluang mendapatkan penghargaan.

Pelaksanaan CSR diwujudkan untuk terjaga keseimbangan diantara pelaku bisnis agar semua pihak tidak ada yang dirugikan dan mensejahterakan masyarakat atas dasar kesadaran bahwa perusahaan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari masyarakat. Perusahaan bertanggung jawab secara sosial ketika manajemennya memiliki visi atas kinerja operasionalnya, tidak hanya mengutamakan atas laba/profit perusahaan tetapi juga dalam menjalankan aktivitasnya perusahaan juga memperhatikan lingkungan yang ada disekitarnya. CSR dalam perusahaan dapat dilihat melalui pengungkapan tanggung jawab sosial sering juga disebut sebagai *social disclosure*, *corporate social reporting*, *social accounting*. *Social reporting disclosure* merupakan ekspresi dari tanggung jawab sosial perusahaan, melalui pengungkapan pelaporan aktivitas sosial perusahaan dapat menunjukan apa yang telah mereka capai dan penuhi dalam pelaksanaan tanggung jawab sosial.

Hadi (2014:59) mengurai prinsip-prinsip tanggung jawab sosial (*social responsibility*) menjadi tiga, yaitu :

a. *Sustainibility*, berkaitan dengan bagaimana perusahaan dalam melakukan aktivitas (action) tetap memperhitungkan keberlanjutan sumber daya di masa depan. Sustainibility berputar pada keberpihakan dan upaya bagaimana society memanfaatkan sumber daya agar tetap memperhatikan generasi masa

datang.

b. *Accountability*, merupakan upaya perusahaan terbuka dan bertanggung jawab atas aktivitas yang telah dilakukan. Konsep ini menjelaskan pengaruh kuantitatif aktivitas perusahaan terhadap pihak internal dan eksternal. Akuntabilitas dapat dijadikan sebagai media bagi perusahaan membangun image dan network terhadap para pemangku kepentingan.

c. *Transparency*, merupakan prinsip penting bagi pihak eksternal. Transparansi bersinggung dengan pelaporan aktivitas perusahaan berikut dampak terhadap pihak eksternal. Transparansi merupakan satu hal yang amat penting bagi pihak eksternal, berperan untuk mengurangi asimetri informasi, kesalahpahaman, khususnya informasi dan pertanggungjawaban berbagai dampak dari lingkungan.

2.2.4 Kinerja Keuangan

Silalahi & Ardini (2017) memberikan pendapat bahwa kinerja perusahaan merupakan suatu usaha formal yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengevaluasi efisien dan efektivitas dari aktivitas perusahaan yang telah dilaksanakan pada periode waktu tertentu. Semakin berkembangnya perekonomian suatu negara seiring dengan semakin ketatnya persaingan antar perusahaan yang dapat menyebabkan naik atau turunnya eksistensi perusahaan. Menurut Fahmi (2013) “kinerja keuangan adalah suatu analisis yang dilakukan untuk melihat sejauh mana suatu perusahaan telah melaksanakan dengan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar”. Untuk mengevaluasi kinerja keuangan dapat menggunakan analisis laporan keuangan. Laporan keuangan disajikan dan disusun sekurang- kurangnya setahun sekali untuk memenuhi kebutuhan sejumlah besar pemakai.Laporan keuangan menggambarkan dampak keuangan dari transaksi dan peristiwa lain yang diklasifikasikan dalam beberapa kelompok besar menurut karakteristik ekonominya. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan.

Dalam Standar Akuntansi Keuangan menurut Ikatan Akuntan Indonesia (2015) pengertian laporan keuangan adalah suatu penyajian terstruktur dari posisi keuangan dan kinerja keuangan suatu entitas. Laporan keuangan mengandung informasi tentang prestasi perusahaan di masa lalu dan dapat memberikan petunjuk dalam menetapkan kebijakan di masa datang. Laporan keuangan disusun untuk tujuan tertentu bagi kepentingan dan pemenuhan kebutuhan stakeholder atas informasi yang terdapat dalam laporan keuangan. Pengukuran kinerja didefinisikan sebagai performing measurement, yaitu kualifikasi dan efisiensi serta efektifitas perusahaan dalam pengoperasian bisnis selama periode akuntansi.

Kinerja perusahaan menurut Anisah & Triyonowati (2016) merupakan suatu tampilan perusahaan dalam periode tertentu untuk mengetahui kondisi perusahaan apakah sudah membaik atau menurun. Maka kinerja keuangan adalah tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melihat kondisi keuangan perusahaan pada periode tertentu dengan menerapkan aturan-aturan pelaksanaan keuangan secara baik dan benar. Diukurnya kinerja agar perusahaan dapat melakukan perbaikan atas kegiatan operasionalnya dan bisa bersaing dengan perusahaan lain. Berikut ini adalah beberapa alat pengukuran untuk kinerja keuangan antara lain :

a. Rasio Likuiditas

   Rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban jangka pendek. Rasio likuiditas dapat memperlihatkan tanda-tanda permasalahan arus kas dan kegagalan bisnis di masa yang akan datang. Macam-macam rasio likuiditas : *cash ratio, current ratio* dan *quick ratio*.

b. Rasio Aktivitas

   Rasio aktivitas adalah rasio yang menggambarkan sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimilikinya guna menunjang aktivitas perusahaan (Fahmi, 2012). Semakin tingginya tingkat rasio aktivitas yang ada pada perusahaan maka semakin besar aliran kas yang diterima perusahaan, berarti semakin perusahaan semakin efektif

dalam mengelola aktivitas transaksi yang ada. Rasio yang digunakan untuk mengukur rasio aktivitas adalah : *assets turnover*, *receivable turnover*, *inventory turnover.*

c. Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka panjang. Kemampuan perusahaan yang hanya mengandalkan modal sendiri sering kali terbatas sehingga pembiayaan dilakukan dengan hutang untuk mendukung pembiayaan equity. Disisi lain penggunaan hutang lebih menguntungkan dibanding pembiayaan equity, karena pembayaran bunga bisa digunakan sebagai pengurang pajak, akan tetapi penggunaan hutang yang terlalu besar juga dapat mengakibatkan kemungkinan perusahaan tidak dapat mengembalikan hutang karena harus membayar angsuran dan bunga tetap. Sehingga semakin tingginya hutang maka semakin besar kemungkinan perusahaan mengalami kesulitan finansial. Rasio solvabilitas terdiri dari : *debt ratio, debt to equity ratio, long term debt to equity ratio, long term debt to capitalization ratio, time interest earned ratio, cash flow interest coverage, cash flow to net income, fixed charge coverage, debt service coverage,* dan *cash return on sales*.

d. Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan mendapatkan laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan dan sebagainya. Semakin baik rasio profitabilitas menggambarkan tingginya perolehan keuntungan suatu perusahaan. Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik minat para investor untuk menanamkan dananya, sebaliknya jika tingkat profitabilitas yang rendah dapat menyebabkan para investor menarik dananya. Macam-macam profitabilitas : *gross profit margin*, *operating profit margin*, *net profit margin*, *return on assets* (ROA), dan *return on equity* (ROE).

e. Rasio Pasar

Rasio ini mengukur harga pasar relative terhadap nilai buku. Rasio pasar menunjukkan informasi penting perusahaan dan diungkapkan dalam basis per saham. Sudut pandang rasio ini lebih banyak berdasarkan pada investor atau calon investor. Rasio pasar terdiri dari : *earnings per share*, *price earnings ratio, book value per share*, *price to book value*, *dividend yield*, *dividend per share*, dan *dividend payout ratio*. Dari rasio-rasio tersebut, yang berkaitan langsung dengan kepentingan analisis kinerja perusahaan adalah *Return on Asset* (ROA) yang merupakan salah satu bentuk dari rasio profitabilitas yang mengukur kemampuan perusahaan atas keseluruhan dana yang digunakan untuk aktivitas operasi perusahaan dengan tujuan menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki. *Return on Asset* (ROA) diperoleh dengan cara membandingkan *net income after tax* terhadap *average total asset*.

2.2.5 Manajemen Laba

Manajemen laba adalah pilihan yang dilakukan oleh seorang manajer atas kebijakan akuntansi atau tindakan nyata manajer yang mempengaruhi laba untuk mencapai tujuan spesifik dari laba yang dilaporkan (Scott, 2012). Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan *judgement* dalam pelaporan keuangan dan dalam menyusun transaksi untuk merubah laporan keuangan, baik untuk mempengaruhi hasil – hasil kontrak yang tergantung pada praktik pelaporan akuntansi. Manajemen laba tidak selalu dihubungkan dengan usaha untuk memanipulasi data mengenai informasi akuntansi, akan tetapi dapat juga dilakukan dengan cara pemilihan metode akuntansi. Walaupun tindakan manajemen laba merupakan hal yang legal dan tidak melanggar GAAP (*General Adopted Accounting Principles*), manajemen laba dapat membawa konsekuensi negatif terhadap stakeholder, karyawan, masyarakat, komunitas dimana perusahaan melakukan operasional, reputasi dan karier manajer yang bersangkutan (Zahra, Priem dan Rasheed, 2005:803). Konsekuensi paling fatal yang merupakan akibat praktik manajemen laba adalah hilangnya kepercayaan dan dukungan dari para *stakeholder*. *Stakeholder*

akan memberikan respon negatif berupa tekanan dari pemegang saham, sanksi dari pembuat regulator, ditinggalkan oleh rekan kerja, boikot dari aktivis, dan pemberitaan negatif dari media massa. Tindakan – tindakan tersebut adalah bentuk ketidakpuasan stakeholder terhadap kinerja perusahaan yang dimanipulasi yang berdampak pada rusaknya reputasi perusahaan di pasar modal (Fomburn, Gardberg dan Barnett, 2000:87). Jika perusahaan benar melakukan manajemen laba, maka manajer membuat strategi melalui pengungkapan CSR sehingga perusahaan tersebut terkesan baik oleh stakeholder.

Oleh sebab itu, manajer yang memanajemen laba akan terdorong untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hubungan sosial dan lingkungan untuk mendongkrak citra perusahaan dan menutupi aktivitas manajemen laba yang telah dilakukannya. Akan tetapi, pelaksanaan program CSR memerlukan sumber keuangan memadai yang akan mempengaruhi kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang. Tujuan pelaporan keuangan diarahkan untuk memberikan informasi yang berguna untuk mengambil keputusan-keputusan bisnis. Peran standar akuntansi (seperti SAK) menjadi sangat penting supaya manajemen suatu badan usaha dapat menghasilkan informasi yang berkualitas. Dalam menyusun standar, dewan standar melibatkan berbagai pertimbangan seperti pertimbangan kondisi politik dan kondisi ekonomi suatu negara di samping pertimbangan teori- teori yang relevan termasuk hasil-hasil kajian ilmiah (Wolk at al., 2001). Pada dasarnya tujuan pelaporan keuangan juga sangat dipengaruhi oleh kondisi ekonomi, hukum, politik, lingkungan sosial, karakteristik dan keterbatasan jenis informasi yang bisa disediakan oleh laporan keuangan.

Terdapat fenomena manajemen laba (*earnings management*) dalam pelaporan keuangan suatu badan usaha. Fenomena ini muncul karena standar-standar yang ditetapkan regulator secara tidak langsung masih memberikan kesempatan kepada manajemen untuk melakukan pilihan standar agar perlakuan akuntansi yaitu pengakuan dan pengukuran sesuai dengan yang mereka inginkan. Salah satu prinsip akuntansi yang sangat bermanfaat dalam

menghasilkan informasi yang berkualitas yaitu prinsip akrual justru mengandung kelemahan, yaitu memberikan peluang kepada manajemen untuk melakukan manajemen laba. Sugiri (2005) menyatakan bahwa salah satu motivasi manajemen laba adalah mengelabuhi kinerja ekonomi yang sebenarnya, dan itu dapat terjadi karena terdapat ketidaksimetrisan informasi antara manajemen dan para pemegang saham suatu badan usaha. Motivasi manajemen laba lainnya adalah mempengaruhi penghasilan (telah diatur dalam kontrak) yang bergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan dengan asumsi bahwa manajemen memiliki kepentingan pribadi dan kompensasinya didasarkan pada laba akuntansi. Adanya hubungan antara manajemen laba dengan pemilihan metode akuntansi, maka manajemen laba dapat diartikan sebagai perilaku manajer untuk bermain dengan komponen akrual diskresioner dalam menentukan besarnya laba perusahaan.

2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil dari penelitian terdahulu mengenai topik yang berkaitan dengan penelitian ini dirangkum dalam tabel berikut :

Tabel 2.1

Tinjauan Penelitian Terdahulu

Peneliti, Tahun	Judul	Hasil Penelitian
Evelyn Wijaya dan Sherly (2017)	Analisis Pengaruh CSR Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Pemoderasi	1. Pengungkapan CSR yang dilakukan perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa tanggung jawab sosial terhadap lingkungan disekitarnya memberikan dampak positif yang dalam jangka panjang akan tercermin pada keuntungan perusahaan dan peningkatan

		kinerja keuangan. 2. Manajemen laba tidak dapat memoderasi hubungan antara CSR dan kinerja keuangan perusahaan. Manajemen laba bukan sebagai variabel pemoderasi pengaruh pengungkapan CSR terhadap kinerja keuangan. perusahaan merupakan pengeluaran yang dapat dibebankan sebagai biaya (*deductible expenses*). 3. Perusahaan yang melaksanakan aktivitas *Corporate Social Responsibility* semata-mata hanya menggunakan tindakan yang *socially responsible* untuk dapat memperoleh image yang positif agar perusahaan dapat menutupi tindakan mereka yang *socially irresponsible* seperti penghindaran pajak.
Ni Ketut Riska Astari dan I.D.G Dharma Suputra (2019)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, dan Kinerja Keuangan Pada Manajemen Laba	1. Manajemen laba pada perusahaan pertambangan yang menjadi sampel penelitian ini lebih banyak memperoleh hasil *Discretionary Accruals* bernilai negatif. Hal ini berarti bahwa perusahaan pertambangan melakukan manajemen laba dengan menurunkan labanya (*income decreasing*). 2. Kinerja keuangan berpengaruh positif pada manejemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin

		tinggi hasil kinerja keuangan perusahaan yang dilihat dari profitabilitasnya, maka semakin tinggi pula tindakan manajemen laba karena informasi hasil kinerja keuangan perusahaan mendorong manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba dan laporan keuangan yang disajikan dapat memengaruhi keputusan pemegang saham. 3. Tindakan manajemen laba yang dilakukan perusahaan dapat berdampak bagi performa perusahaan di mata pemegang saham dan publik. Perusahaan diharapkan mampu mencegah dan mengurangi tindakan-tindakan oportunistik serta selalu mengevaluasi segala kebijakan yang diambil agar tidak melanggar kebijakan-kebijakan akuntansi yang telah ditetapkan, sehingga masyarakat atau pemegang saham tetap percaya untuk menanamkan sahamnya di perusahaan tersebut.
Audy Tri Saputra Meha (2020)	Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Dan Kinerja Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kepemilikan Manajerial Sebagai Variabel Moderating	1. Hasil dari pengujian hipotesis pertama menunjukkan bahwa *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji

		hipotesis 1 diperoleh signifikansi 0,028 < 0,05 dan Thitung 2,268 > Ttabel 2,01063 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut diterima. 2. Hasil dari pengujian hipotesis kedua menunjukkan bahwa Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis 2 diperoleh signifikansi 0,000 < 0,05 dan Thitung 14,245 > 2,01063 sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis tersebut diterima. 3. Hasil dari pengujian hipotesis ketiga menunjukkan bahwa Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Nilai Perusahaan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji hipotesis 3 diperoleh signifikan 0,000 < 0,05 dan Thitung -3,741 < 2,01063 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis tersebut ditolak.
Agtia Intan Herdita dan Arum Prastiwi (2020)	Pengaruh Pelaporan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Kinerja Keuangan Dan Manajemen	1. Pelaporan *Corporate Social Responsibilty* berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproyeksikan dengan ROA. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang luas akan mendapatkan ROA

	Laba	yang tinggi pula. 2. Pelaporan *Corporate Social Responsibilty* tidak berpengaruh terhadap kinerja keuangan yang diproyeksikan dengan ROE. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang luas tidak menjamin ROE yang akan dicapai meningkat pula. 3. Pelaporan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang luas tidak menjamin manajemen laba yang dilakukan juga tinggi.
Devi Dwi Rahmawardani (2020)	*Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba Dan Kinerja Perusahaan	1. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kinerja Perusahaan. Peningkatan CSR dapat dilakukan oleh perusahaan melalui peningkatan kinerja lingkungan, sosial dan ekonomi, yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan. 2. CSR berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba. Dalam hal ini sebuah perusahaan dalam aktivitas CSR harus mendapat dukungan dari masyarakat sekitar berupa laporan keuangan yang lebih terpercaya dan tidak dimanipulasi. 3. Manajemen Laba tidak signifikan terhadap Kinerja

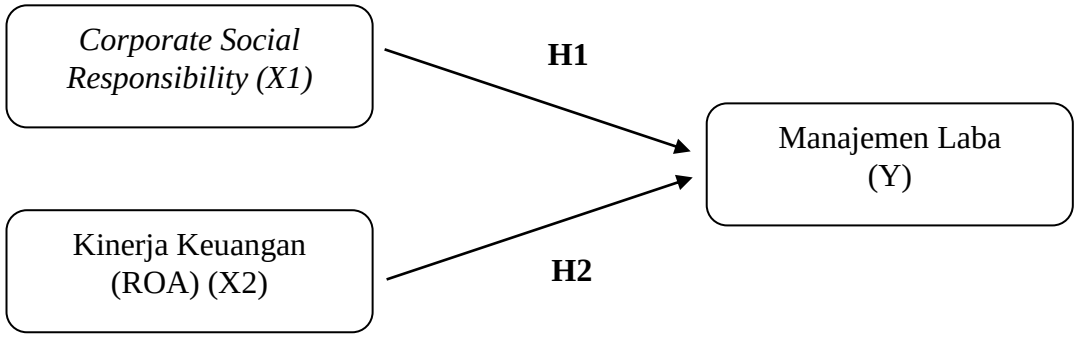
		Perusahaan. Tujuan dalam perusahaan yakni mendapatkan laba dan penghematan pajak. Seorang manajer lebih memprioritaskan tujuan tersebut. 4. Manajemen Laba tidak dapat memediasi atau tidak memberikan pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan.

2.3 Model Konseptual Penelitian

Model konseptual memiliki tujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai konsep dari penelitian ini. Penyusunan kerangka pemikiran dilakukan atas dasar pemahaman peneliti terhadap tinjauan teoritis serta penelitian terdahulu yang telah dikaji penulis pada bagian sebelumnya. Untuk mempermudah pemahaman hipotesis yang telah dibangun dalam penelitian, maka disusun kerangka pemikiran untuk menggambarkan Corporate Social Responsibility dan Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA sebagai variabel independen, Manajemen Laba sebagai variabel dependen yang akan diuji.

Gambar 2.1

Model Konseptual Penelitian



2.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Corporate Social Responsibility terhadap Manajemen Laba

Dalam pelaksanaannya aktivitas CSR perusahaan tidak dapat terlepas dari peran serta dan dukungan masyarakat. Selain CSR ini digunakan sebagai sebuah aktivitas untuk membantu masyarakat serta lingkungan, CSR juga digunakan sebagai sebuah alat untuk membentuk profil organisasi yang baik. Tindakan CSR bagi manajer yang memiliki kepentingan, akan dijadikan sebagai sebuah alat untuk menutupi tindakan negatif yang dilakukannya, seperti misalnya manajemen laba. CSR yang dilakukan oleh perusahaan digunakan untuk memberikan informasi yang seolah – olah tidak menyesatkan bagi stakeholder, namun ternyata menyesatkan. Hasil penelitian Arief dan Ardiyanto (2014) menghasilkan temuan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari pengungkapan CSR terhadap manajemen laba (DAC). Penelitian tersebut menggunakan variabel kontrol leverage, growth, dan return on assets. Disisi lain, penelitian Evadewi dan Meiranto (2014) menemukan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari pengungkapan CSR terhadap manajemen laba pada kelompok industri manufaktur.

Berdasarkan hasil- hasil penelitian terdahulu diatas, maka hipotesis penelitian ini adalah :

H1 : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.4.2 Pengaruh Kinerja Keuangan terhadap Manajemen Laba

Kinerja keuangan merupakan suatu pencapaian perusahaan mengenai pelaksanaan suatu kegiatan dalam mewujudkan sasaran, tujuan, visi dan misi organisasi yang dituangkan dalam *strategic planning* suatu perusahaan. Kinerja keuangan dapat diartikan sebagai hasil yang telah dicapai atas berbagai aktivitas yang telah dilakukan. Pihak agent dan pihak manajemen mempunyai hak dan tanggung jawab tersendiri dalam pengelolaan sumber daya dan dana tersebut, dan setiap pihak harus memiliki komitmen untuk menghargai dan menghormati hak dan wewenang pihak lain. Terjadinya asimetri informasi antara manajemen dan pihak- pihak yang berkepentingan dengan informasi

kinerja keuangan. Agar para investor atau pemegang saham tetap mempercayai kualitas kinerja perusahaan ini maka manajemen dalam hal ini dapat melakukan tindakan manajemen laba agar kinerja keuangan perusahaannya tetap terlihat dalam kondisi yang baik. Kinerja keuangan dalam hal ini dilihat melalui rasio profitabilitas yaitu Return On Assets (ROA) yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Kinerja keuangan yang stabil akan meningkatkan kepercayaan pasar sehingga perusahaan menjaga konsistensi tingkat labanya. Semakin tinggi Return On Assets yang dimiliki maka semakin efisien penggunaan aktiva sehingga akan memperbesar perolehan laba pada perusahaan. Perolehan laba yang besar akan menarik perhatian investor karena dengan laba yang besar perusahaan akan memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Apabila kinerja keuangan yang diukur dengan ROA ini semakin tinggi maka maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal tersebut menyebabkan *Return On Assets* dapat mendorong manajemen untuk melakukan manajemen laba. Dalam penelitian yang telah dilakukan oleh Indra (2017) menyatakan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan rasio profitabilitas memiliki pengaruh positif pada manajemen laba. Hasil penelitian tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan (Astari dan Suryanawa, 2017), (Nurminda, 2017) yang menyebutkan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan rasio profitabilitas yaitu ROA berpengaruh positif pada manajemen laba.

Berdasarkan pernyataan tersebut maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H2 : Kinerja keuangan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.