

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Tinjauan Teori

##### 2.1.1 *Agency Theory*

Teori agensi mengacu pada hubungan kontraktual di mana pemilik perusahaan (*principal*) mendelegasikan otoritas kepada manajer (*agent*) untuk mengelola perusahaan (Jensen et al., 1976). Teori ini muncul dari pemisahan antara kepemilikan dan pengendalian perusahaan, di mana *principal* memberikan wewenang kepada agen untuk mengambil keputusan atas nama mereka. Dalam hubungan ini, terdapat potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai masalah keagenan (*agency problem*), di mana agen mungkin bertindak demi kepentingan pribadi mereka sendiri, bukan untuk kepentingan prinsipal. Sering kali terdapat asimetris informasi, di mana agen memiliki lebih banyak informasi tentang operasi perusahaan dibandingkan dengan prinsipal (Muuna et al., 2022). Agen yang memiliki akses lebih banyak terhadap informasi internal perusahaan dibandingkan prinsipal memungkinkan mereka untuk mengambil keputusan yang tidak sejalan dengan kepentingan prinsipal. Hal ini dapat menyebabkan konflik kepentingan di mana agen mungkin mengambil keputusan yang lebih menguntungkan diri mereka sendiri daripada prinsipal.

Konflik terjadi apabila agen tidak dapat menjalankan perintah prinsipal karena mementingkan kepentingan sendiri. Dalam penelitian ini, pemilik perusahaan atau pemegang saham adalah prinsipal sedangkan manajemen adalah agen. Manajemen (agen) mungkin memiliki insentif untuk melakukan manajemen laba, yaitu memanipulasi laporan keuangan untuk menunjukkan kinerja yang lebih baik demi mendapatkan bonus atau mempertahankan posisi mereka. Sementara pemegang saham (prinsipal) menginginkan laporan yang akurat dan

transparan untuk menilai kinerja perusahaan dan membuat keputusan investasi yang tepat.

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat dilihat sebagai upaya untuk mengurangi asimetris informasi antara manajemen dan pemegang saham. Dengan transparansi yang lebih besar mengenai kegiatan sosial dan lingkungan perusahaan, manajemen dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham (Bobi et al., 2024). Dalam konteks teori agensi, pengungkapan CSR berfungsi untuk menyelaraskan kepentingan agen dengan prinsipal, mengurangi potensi konflik keagenan dan meningkatkan kinerja perusahaan. *Corporate Governance* juga memiliki fungsi penting sebagai mekanisme pengawasan yang diharapkan dapat mengurangi konflik dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas, sehingga meminimalkan praktik manajemen laba yang dapat merugikan pemegang saham. Dengan menerapkan prinsip-prinsip *Corporate Governance* yang baik, perusahaan dapat meminimalkan masalah keagenan yang muncul akibat perbedaan kepentingan antara manajer dan pemilik (“G20/OECD Principles of Corporate Governance 2015,” 2015). Secara keseluruhan, teori agensi memberikan kerangka kerja yang kuat untuk memahami interaksi antara pengungkapan CSR, manajemen laba, dan *Corporate Governance*.

### 2.1.2 *Stakeholder Theory*

Teori *stakeholder* adalah sebuah pendekatan manajerial yang menekankan pentingnya mempertimbangkan berbagai pihak yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan dalam pengambilan keputusan dan tindakan organisasi. Teori ini diperkenalkan oleh R. Edward Freeman pada tahun 1984, teori ini menyatakan bahwa perusahaan tidak hanya bertanggung jawab kepada pemegang saham (*shareholders*), tetapi juga kepada semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh aktivitas perusahaan. Freeman mendefinisikan *stakeholder* atau pemangku

kepentingan sebagai individu atau kelompok yang dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh pencapaian tujuan organisasi (Dmytriiev et al., 2021). Ini mencakup berbagai pihak, seperti karyawan, pelanggan, pemasok, komunitas, dan pemegang saham. Dengan memperhatikan kepentingan dan kebutuhan setiap kelompok, perusahaan dapat menciptakan nilai yang lebih besar dan berkelanjutan. Selain itu, pengungkapan informasi yang transparan menjadi salah satu strategi penting untuk menjaga hubungan yang harmonis dengan *stakeholders*, sehingga dapat mendukung pencapaian tujuan perusahaan tanpa mengorbankan kepentingan pihak lain. Dalam konteks ini, teori *stakeholder* juga menekankan bahwa akuntabilitas organisasi harus melampaui kinerja keuangan semata, melainkan juga mencakup aspek sosial dan lingkungan, yang semakin relevan dalam era kesadaran sosial dan keberlanjutan saat ini.

Hal ini berkaitan erat dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR), di mana perusahaan diharapkan untuk beroperasi secara etis dan memberikan manfaat kepada masyarakat luas. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, melainkan harus memberikan manfaat bagi para *stakeholder*, seperti pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, pemerintah, masyarakat, analis, dan pihak lainnya (Sefdiany & Santosa, 2019). Teori *stakeholder* menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat mendorong perusahaan untuk tidak hanya fokus pada keuntungan finansial saja tetapi juga mempertimbangkan kepentingan jangka panjang dari semua *stakeholder*. Hal ini berpotensi memengaruhi manajemen laba karena perusahaan mungkin merasa terdorong untuk melaporkan kinerja keuangan yang lebih baik untuk memenuhi harapan *stakeholder* (Walters et al., 2020). Dengan memperhatikan kepentingan *stakeholder*, perusahaan dapat menghindari praktik manajemen laba yang tidak etis. *Stakeholder* yang lebih terinformasi dan terlibat dapat menuntut akuntabilitas yang lebih besar dari perusahaan. *Corporate Governance*

juga berperan penting dalam menerapkan prinsip-prinsip teori *stakeholder*. Struktur dan proses *corporate governance* yang kuat dapat memastikan bahwa kepentingan semua *stakeholder* diperhatikan dalam pengambilan keputusan strategis, termasuk dalam hal pengungkapan CSR dan manajemen laba. Keberhasilan dan kelangsungan hidup perusahaan sangat bergantung pada kemampuannya untuk menyeimbangkan berbagai kepentingan dari para pemangku kepentingan.

### 2.1.3 Teori Legitimasi

Teori legitimasi adalah sebuah kerangka teoritis yang menjelaskan bagaimana organisasi berusaha untuk mendapatkan dan mempertahankan legitimasi di mata masyarakat dengan memastikan bahwa aktivitas dan nilai-nilai mereka sejalan dengan norma dan harapan sosial yang berlaku. Teori ini berasumsi bahwa perusahaan beroperasi berdasarkan "kontrak sosial" dengan masyarakat, di mana keberlangsungan hidup dan pertumbuhan perusahaan tergantung pada penerimaan masyarakat terhadap aktivitasnya. Ketika terdapat ketidakcocokan antara tindakan perusahaan dan nilai-nilai sosial, legitimasi perusahaan dapat terancam, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kinerja dan reputasi perusahaan. Teori legitimasi memiliki peranan penting dalam kegiatan usaha perusahaan dengan mempertimbangkan norma-norma sosial dan nilai-nilai yang ada. Teori legitimasi berfokus pada interaksi antara organisasi dan masyarakat (Dowling & Pfeffer, 1975). Perusahaan dianggap memiliki legitimasi ketika sistem nilai dan operasionalnya sejalan dengan harapan masyarakat.

Ketidakcocokan antara aktivitas perusahaan dan nilai sosial dapat mengancam keberlangsungan perusahaan, sehingga perusahaan perlu beradaptasi untuk memenuhi ekspektasi dari masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan salah satu cara bagi perusahaan

untuk menunjukkan komitmen mereka terhadap masyarakat. Melalui pengungkapan CSR, perusahaan tidak hanya memenuhi kewajiban sosial tetapi juga membangun citra positif yang dapat meningkatkan legitimasi di mata *stakeholder* (Devy et al., 2023). Dengan melakukan CSR, perusahaan menunjukkan bahwa mereka peduli terhadap lingkungan dan kesejahteraan masyarakat, yang dapat mengurangi risiko kehilangan legitimasi.

Dalam beberapa kasus, ada perusahaan yang berusaha untuk mempertahankan legitimasi sering kali terlibat dalam praktik manajemen laba. Dalam hal ini, manajemen laba dapat digunakan sebagai alat untuk menyamarkan informasi yang tidak menguntungkan atau untuk menyesuaikan laporan keuangan agar sesuai dengan harapan *stakeholder* (Tubastuvi et al., 2024). Dengan demikian, pengungkapan CSR yang baik dapat membantu mengurangi kecurigaan *stakeholder* terhadap praktik manajemen laba yang mungkin dilakukan oleh perusahaan (Erawati & Sari, 2021). Jika perusahaan terlibat dalam praktik akuntansi yang tidak transparan atau menyesatkan, hal ini dapat merusak legitimasi mereka di mata publik. Oleh karena itu, *Corporate Governance* yang baik menjadi sangat penting dalam menjaga legitimasi perusahaan dengan memastikan transparansi dan akuntabilitas dalam laporan keuangan serta pengungkapan CSR. *Corporate Governance* memainkan peran penting dalam memastikan bahwa perusahaan beroperasi sesuai dengan norma dan nilai masyarakat. Dengan struktur *corporate governance* yang baik, perusahaan dapat lebih efektif dalam melaksanakan CSR dan menghindari praktik manajemen laba yang merugikan. Dengan demikian, teori legitimasi tidak hanya membantu perusahaan dalam memahami pentingnya hubungan mereka dengan masyarakat tetapi juga mendorong mereka untuk bertindak sesuai dengan harapan sosial agar dapat bertahan dan berkembang.

#### 2.1.4 *Corporate Social Responsibility*

*Corporate Social Responsibility* (CSR) menurut definisi World Bank adalah komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan memperhatikan karyawan, perwakilan komunitas setempat, dan masyarakat secara luas untuk meningkatkan kualitas hidup. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah konsep yang menekankan tanggung jawab perusahaan untuk beroperasi secara etis dan berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa perusahaan yang memiliki reputasi baik dalam hal CSR cenderung lebih dipercaya oleh pemangku kepentingan dan memiliki kinerja keuangan yang lebih stabil (Erawati & Sari, 2021).

Dalam konteks ini, CSR bukan hanya sekadar kewajiban moral, tetapi juga merupakan strategi bisnis yang penting untuk membangun reputasi, meningkatkan loyalitas pelanggan, dan menciptakan nilai jangka panjang. Perusahaan yang menerapkan CSR berusaha untuk memberikan manfaat positif kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk karyawan, konsumen, komunitas lokal, dan lingkungan.

##### 2.1.4.1 Isu Pokok Tanggung Jawab Sosial

ISO 26000 adalah standar internasional yang memberikan panduan tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) dan mencakup 7 isu pokok yang harus diperhatikan oleh organisasi dalam upaya mereka untuk beroperasi secara bertanggung jawab. Penerapan CSR sebaiknya terintegrasi dengan 7 isu pokok pada setiap aktivitas organisasi. Jika perusahaan hanya memperhatikan isu tertentu, maka perusahaan tersebut belum melaksanakan tanggung jawab sosialnya secara utuh. Masing-masing isu pokok tersebut adalah:

1. Tata Kelola Organisasi

Isu ini berfokus pada pentingnya proses pengambilan keputusan yang transparan dan akuntabel dalam organisasi. Tata kelola yang baik melibatkan akuntabilitas, transparansi, dan etika dalam setiap tindakan dan keputusan yang diambil. Organisasi diharapkan untuk mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan (*stakeholders*) dalam proses ini, sehingga dapat membangun kepercayaan dan legitimasi di mata publik

#### 2. Hak Asasi Manusia

Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk menghormati dan melindungi hak asasi manusia dalam semua aktivitas mereka. Ini mencakup upaya untuk menghindari diskriminasi, penyiksaan, dan eksploitasi, serta memastikan bahwa hak-hak sipil dan politik serta hak-hak sosial, ekonomi, dan budaya dihormati. Organisasi juga diharapkan untuk melindungi komunitas rentan dari pelanggaran hak asasi manusia

#### 3. Hubungan dan Praktik Kerja

Subjek ini menekankan pentingnya hubungan positif antara pemberi kerja dan karyawan. Organisasi harus memastikan lingkungan kerja yang aman dan sehat, memberikan kesempatan pengembangan karier, serta memperlakukan karyawan dengan adil dan setara. Praktik ketenagakerjaan yang baik dapat meningkatkan moral dan produktivitas karyawan

#### 4. Tanggung Jawab Lingkungan

Organisasi diharapkan untuk mengelola dampak lingkungan dari aktivitas mereka dengan cara yang berkelanjutan. Ini termasuk penggunaan sumber daya secara efisien, pengurangan limbah, perlindungan keanekaragaman hayati, serta pengurangan emisi gas rumah kaca. Tanggung jawab

lingkungan sangat penting untuk keberlanjutan ekosistem global

5. Praktik Operasional yang Adil

Isu ini berkaitan dengan bagaimana organisasi berinteraksi dengan berbagai pihak, termasuk pelanggan, pemasok, dan pemerintah. Perusahaan harus menjalankan praktik bisnis yang adil, mencegah korupsi, dan memastikan persaingan yang sehat. Dengan demikian, akan tercipta sistem bisnis yang berkelanjutan dan etis

6. Perlindungan Konsumen

Perusahaan memiliki tanggung jawab untuk melindungi hak-hak konsumen dengan menyediakan produk dan layanan yang aman serta berkualitas tinggi. Ini mencakup praktik pemasaran yang adil, perlindungan privasi konsumen, serta memberikan informasi yang akurat dan transparan tentang produk. Memperhatikan isu ini membantu membangun kepercayaan antara perusahaan dan konsumen

7. Keterlibatan dan Pengembangan Komunitas

Organisasi diharapkan untuk aktif berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan di komunitas mereka. Ini dapat dilakukan melalui program-program yang melibatkan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dukungan pendidikan, serta peningkatan kesejahteraan sosial. Keterlibatan ini tidak hanya bermanfaat bagi masyarakat tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan

*2.1.4.2 Standar dan Regulasi CSR di Indonesia*

Di Indonesia, pengungkapan CSR diukur dengan *Corporate Social Responsibility Index (CSRI)* yang menggunakan standar pengukuran keberlanjutan *Global Reporting Initiative (GRI) G4*. *GRI G4* memberikan pedoman untuk penyusunan laporan keberlanjutan perusahaan yang mencakup berbagai sektor dan

lokasi. Standar ini mempromosikan transparansi dan konsistensi dalam pelaporan untuk meningkatkan kegunaan dan kepercayaan informasi yang disampaikan kepada investor dan masyarakat. Sejumlah peraturan perundang-undangan juga telah mengatur mengenai CSR. Regulasi ini menunjukkan bahwa CSR di Indonesia tidak hanya merupakan kewajiban moral tetapi juga memiliki dasar hukum yang kuat. Berikut adalah beberapa regulasi utama yang berlaku:

1. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (UUPT): UUPT mengatur kewajiban CSR dalam Pasal 74, yang menyatakan bahwa perusahaan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. CSR di sini didefinisikan sebagai komitmen perusahaan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan lingkungan.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas (PP 47/2012): PP ini merupakan peraturan pelaksana dari UUPT yang menjelaskan lebih lanjut tentang mekanisme pelaksanaan CSR. Dalam PP ini, diatur bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan harus dilaksanakan oleh direksi berdasarkan rencana kerja tahunan yang disetujui oleh Dewan Komisaris atau Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Selain itu, realisasi anggaran untuk CSR harus diperhitungkan sebagai biaya perusahaan.
3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal: UU ini juga mencakup ketentuan mengenai CSR, di mana Pasal 15 menyatakan bahwa setiap penanam modal berkewajiban melaksanakan tanggung jawab sosial

perusahaan. Sanksi bagi pelanggaran terhadap ketentuan ini juga diatur dalam UU tersebut.

4. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN): UU ini mengatur bahwa BUMN tidak hanya bertujuan untuk mencari keuntungan, tetapi juga memiliki tanggung jawab untuk memberikan bimbingan dan bantuan kepada masyarakat. Hal ini dijabarkan lebih lanjut dalam Peraturan Menteri BUMN mengenai Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.
5. Peraturan Daerah: Selain regulasi nasional, banyak daerah di Indonesia juga mengeluarkan peraturan daerah yang mengatur pelaksanaan CSR secara spesifik sesuai dengan kebutuhan lokal. Ini menambah kompleksitas dalam pelaksanaan CSR karena adanya variasi dalam ketentuan antar daerah.
6. Peraturan Menteri: Beberapa peraturan menteri juga mengatur aspek tertentu dari CSR, termasuk pedoman teknis dan prosedur pelaksanaan yang lebih rinci.

#### 2.1.5 Manajemen Laba

Manajemen laba adalah praktik yang dilakukan oleh perusahaan untuk memanipulasi laporan keuangan dengan tujuan untuk mempengaruhi persepsi pemangku kepentingan terhadap kinerja finansial perusahaan. Ini merujuk pada tindakan yang dilakukan oleh manajer untuk memanipulasi laporan keuangan perusahaan dengan tujuan tertentu (A. S. Putri et al., 2024). Praktik ini melibatkan penggunaan teknik akuntansi yang sah untuk mengelola pendapatan dan pengeluaran, sehingga laba yang dilaporkan dapat terlihat lebih baik daripada kondisi sebenarnya.

Perusahaan sering menggunakan berbagai strategi untuk manajemen laba, yang bertujuan untuk mempengaruhi angka-angka dalam laporan

keuangan agar terlihat lebih menguntungkan. Menurut Scott (Scott, 1997), berikut beberapa strategi yang umum dilakukan:

1. Meningkatkan Laba (*Income Maximization*): Strategi ini dilakukan dengan cara meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode berjalan. Perusahaan dapat menggunakan teknik akuntansi agresif untuk mengakui pendapatan lebih awal atau menunda pengakuan biaya, sehingga laba terlihat lebih tinggi. Ini sering dilakukan untuk menarik perhatian investor dan memenuhi ekspektasi pasar
2. Menurunkan Laba (*Income Minimization*): Dalam situasi di mana laba yang dilaporkan dianggap terlalu tinggi, manajemen mungkin memilih untuk menurunkan laba. Ini bisa dilakukan untuk tujuan penghindaran pajak atau untuk menciptakan ruang bagi laba di masa depan. Misalnya, perusahaan dapat menggunakan metode LIFO (*Last In, First Out*) dalam penilaian persediaan untuk mengurangi laba yang dilaporkan
3. *Taking a Bath*: Strategi ini melibatkan pengakuan semua kerugian dan biaya yang mungkin terjadi dalam satu periode, biasanya saat terjadi pergantian manajemen atau ketika perusahaan mengalami kinerja buruk. Dengan cara ini, perusahaan "membersihkan" laporan keuangan dari beban masa lalu, sehingga manajemen baru dapat menunjukkan kinerja yang lebih baik di masa mendatang
4. Perataan Laba (*Income Smoothing*): Manajemen dapat meratakan fluktuasi laba dengan cara meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi volatilitasnya. Ini bisa dilakukan dengan menciptakan cadangan laba yang tidak dilaporkan pada periode baik dan digunakan pada periode buruk, sehingga memberikan kesan stabilitas kepada pemangku kepentingan
5. Perubahan Metode Akuntansi: Perusahaan dapat mengubah metode akuntansi yang digunakan, misalnya dari metode depresiasi garis lurus ke metode saldo menurun, untuk mempengaruhi jumlah laba

yang dilaporkan. Perubahan ini memungkinkan manajemen untuk mencatat biaya dengan cara yang lebih menguntungkan

6. Kebijakan Perkiraan Akuntansi: Manajemen juga dapat mempengaruhi laporan keuangan melalui estimasi akuntansi, seperti tingkat piutang tak tertagih atau biaya garansi. Dengan mengubah asumsi dan perkiraan ini, manajemen dapat mengatur jumlah biaya yang diakui selama periode tertentu

Meskipun manajemen laba dapat memberikan keuntungan jangka pendek, seperti meningkatkan nilai saham atau memenuhi target bonus bagi manajer, praktik ini juga berisiko karena dapat menipu investor dan pemangku kepentingan lainnya tentang kesehatan finansial perusahaan. Selain itu, jika terungkap, praktik manajemen laba yang agresif dapat merusak reputasi perusahaan dan menyebabkan konsekuensi hukum. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menemukan keseimbangan antara pengelolaan laba yang sah dan transparansi dalam laporan keuangan.

#### 2.1.6 Corporate Governance

*Corporate Governance* mencakup sistem, prinsip, dan proses yang digunakan untuk mengelola dan mengawasi perusahaan. Tujuan utama dari *Corporate Governance* adalah untuk melindungi kepentingan pemegang saham dan memastikan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan tujuan perusahaan (Sari, 2021).

Konsep *Corporate Governance* menurut Forum for Corporate Governance in Indonesia (FCGI) merujuk pada seperangkat aturan dan prinsip yang mengatur hubungan antara berbagai pemangku kepentingan dalam perusahaan, termasuk pemegang saham, manajemen, kreditur, pemerintah, karyawan, serta pihak-pihak lain yang memiliki kepentingan. FCGI mendefinisikan *Corporate Governance* sebagai sistem yang mengarahkan dan mengendalikan perusahaan untuk

menciptakan nilai tambah bagi semua pihak yang berkepentingan. Tujuan utama dari *Corporate Governance* adalah untuk memastikan bahwa perusahaan dikelola dengan cara yang transparan, akuntabel, dan bertanggung jawab, sehingga dapat mencegah penyalahgunaan kekuasaan dan meningkatkan kepercayaan publik terhadap perusahaan.

Kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, kualitas audit, komite audit, dan dewan direksi adalah komponen penting dalam *Corporate Governance* yang berkontribusi terhadap transparansi, akuntabilitas, dan integritas perusahaan.

#### 1. Kepemilikan Institusional

Kepemilikan institusional merujuk pada proporsi saham yang dimiliki oleh lembaga atau institusi seperti dana pensiun, perusahaan asuransi, dan manajer investasi. Komponen ini berperan penting dalam *Corporate Governance* karena:

- Pengawasan yang Lebih Baik: Pemegang saham institusional memiliki kapasitas untuk melakukan pengawasan yang lebih efektif terhadap manajemen. Dengan demikian, mereka dapat mendorong transparansi dan akuntabilitas dalam pengungkapan CSR, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi keputusan manajemen laba
- Mengurangi Konflik Keagenan: Kepemilikan institusional membantu mengurangi konflik antara manajer dan pemegang saham dengan memastikan bahwa kepentingan manajer sejalan dengan kepentingan pemegang saham. Hal ini dapat mengurangi kemungkinan manipulasi laba, karena manajer akan lebih berhati-hati dalam pelaporan keuangan ketika ada pengawasan yang ketat

#### 2. Dewan Komisaris Independen

Dewan komisaris independen terdiri dari anggota yang tidak terlibat dalam pengelolaan sehari-hari perusahaan dan tidak memiliki

hubungan finansial yang signifikan dengan perusahaan. Peran mereka mencakup:

- Pengawasan Objektif: Dewan komisaris independen dapat memberikan pengawasan yang objektif terhadap kebijakan CSR dan praktik manajemen laba. Dengan adanya dewan independen, keputusan yang diambil akan lebih mempertimbangkan kepentingan semua pemangku kepentingan, bukan hanya kepentingan manajerial
- Mendorong Praktik CSR yang Baik: Komisaris independen dapat mendorong perusahaan untuk berkomitmen pada praktik CSR yang baik, yang pada akhirnya dapat meningkatkan reputasi perusahaan dan nilai jangka panjangnya

### 3. Kualitas Audit

Kualitas audit mencerminkan seberapa baik auditor eksternal melaksanakan tugas mereka dalam menilai laporan keuangan perusahaan. Kualitas audit yang tinggi ditandai oleh:

- Deteksi Kecurangan: Auditor berkualitas mampu mendeteksi kecurangan atau manipulasi dalam laporan keuangan. Dengan adanya audit yang ketat, perusahaan akan lebih termotivasi untuk melaporkan informasi CSR secara akurat dan transparan
- Kepercayaan *Stakeholder*: Kualitas audit yang baik meningkatkan kepercayaan pemangku kepentingan terhadap laporan keuangan perusahaan. Ketika *stakeholder* percaya bahwa laporan keuangan mencerminkan kinerja sebenarnya, mereka lebih cenderung untuk mendukung inisiatif CSR perusahaan

### 4. Komite Audit

Komite audit berfungsi sebagai pengawas dan penjamin bahwa laporan keuangan perusahaan disusun secara akurat dan transparan.

Tugas utama komite audit mencakup:

- Pengawasan Laporan Keuangan: Memastikan bahwa laporan keuangan perusahaan memenuhi standar akuntansi yang berlaku

dan memberikan gambaran yang benar mengenai posisi keuangan perusahaan.

- Evaluasi Sistem Pengendalian Internal: Menilai efektivitas sistem pengendalian internal untuk mencegah kecurangan dan memastikan kepatuhan terhadap peraturan.
- Interaksi dengan Auditor Eksternal: Bekerja sama dengan auditor eksternal untuk mendiskusikan hasil audit dan rekomendasi perbaikan.

#### 5. Dewan Direksi

Dewan direksi bertanggung jawab atas pengambilan keputusan strategis dan pengawasan keseluruhan terhadap manajemen perusahaan. Fungsi dewan direksi meliputi:

- Pengambilan Keputusan Strategis: Mengarahkan visi dan misi perusahaan serta menetapkan kebijakan strategis untuk mencapai tujuan jangka panjang.
- Pengawasan Manajemen: Memastikan bahwa manajemen menjalankan operasional perusahaan sesuai dengan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya.
- Kepatuhan terhadap Regulasi: Memastikan bahwa perusahaan mematuhi semua regulasi yang berlaku, termasuk dalam hal pengungkapan CSR.

*Corporate Governance* yang baik dapat mengurangi praktik manajemen laba yang tidak etis dengan meningkatkan transparansi dan akuntabilitas. Dengan adanya dewan komisaris independen dan komite audit yang efektif, perusahaan dapat memastikan bahwa laporan keuangan mencerminkan keadaan sebenarnya dari kinerja perusahaan, sehingga meminimalkan kemungkinan manipulasi laba. Penulis ingin menggali fungsi mediasi dari *Corporate Governance* yaitu untuk memediasi CSR dan manajemen laba. Hal ini relevan dalam penelitian ini, di mana *Corporate Governance* diusulkan sebagai variabel mediasi yang dapat menjembatani hubungan antara pengungkapan CSR dan

manajemen laba. Dengan *Corporate Governance* yang kuat, pengaruh positif dari pengungkapan CSR terhadap praktik manajemen laba dapat diperkuat, karena adanya mekanisme kontrol yang lebih baik (Solikhah, 2022).

## 2.2 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang memiliki kaitan erat dengan pengungkapan CSR, manajemen laba, dan *Corporate Governance*:

**Tabel 2. 1** Penelitian Terdahulu

Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
Harefa et al. (2024)	Analisis Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Manajemen Laba Dengan Good <i>Corporate Governance</i> Sebagai Variabel Moderasi	Penelitian ini menganalisis pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap manajemen laba dengan good <i>Corporate Governance</i> sebagai variabel moderasi	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Moderasi: GCG	Perusahaan Property Dan Real Estate di BEI Periode 2018-2021	Moderated Regression Analysis (MRA)	(1) CSR tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (2) GCG tidak mampu memoderasi pengaruh CSR terhadap manajemen laba perusahaan
Rahmawardani & Muslichah (2020)	<i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba dan Kinerja Perusahaan	Penelitian ini menganalisis pengaruh langsung dan tidak langsung <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap kinerja	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Kinerja Perusahaan	Perusahaan yang tergabung dalam LQ 45 pada periode 2016-2018	Analisis Jalur	(1) CSR berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan (2) CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
		perusahaan melalui manajemen laba.	Variabel Mediasi: Manajemen Laba			(3) Manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (4) Manajemen laba tidak dapat memediasi pengaruh CSR terhadap kinerja perusahaan
E. E. Putri & Andriani (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015-2019)	Penelitian ini bertujuan untuk menguji secara empiris mengenai pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap manajemen laba dan kinerja keuangan.	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan	Perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2015-2019	Analisis Regresi	(1) CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba (2) CSR berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan
Rumapea et al. (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Dan Tax Avoidance	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh	Variabel Dependen: CSR dan Tax Avoidance	Perusahaan Aneka Industri yang terdaftar di	Analisis Regresi Linear Berganda	(1) CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba (2) Tax avoidance berpengaruh negatif

Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
	Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Aneka Industri Yang Terdaftar Di BEI Periode 2017-2019	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan Tax Avoidance terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Aneka Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019	Variabel Independen: Manajemen Laba	BEI periode 2017-2019		terhadap manajemen laba
Dharma et al. (2021)	Analisis Kinerja Keuangan dan <i>Corporate Governance</i> terhadap Manajemen Laba	Tujuan dari penelitian ini untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, komite audit dan kepemilikan institusional terhadap manajemen laba.	Variabel Independen: Kinerja Keuangan dan CG Variabel Dependen: Manajemen Laba	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	Regresi Linear Berganda dan MRA	(1) Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba (2) Leverage, komite audit dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap manajemen laba
Meini (2022)	Mekanisme <i>Corporate Governance</i>	Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh	Variabel Dependen: CG	Perusahaan manufaktur	Analisis Regresi Linear Berganda	(1) Proporsi dewan komisaris independen berpengaruh negatif

Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
	terhadap Manajemen Laba	kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, proporsi komisaris independen, dan komite audit terhadap manajemen laba pada perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)	Variabel Independen: Manajemen Laba	yang terdaftar di BEI		terhadap manajemen laba (2) Kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional, dan komite audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba
Khoirun & Labibah (2022)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) terhadap nilai perusahaan dengan <i>Corporate Governance</i> sebagai variabel mediasi	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh dari penerapan tanggung jawab sosial atau CSR yang dilakukan suatu entitas terhadap nilai perusahaan.	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Nilai Perusahaan Variabel Mediasi: CG	Perusahaan yang terdaftar dalam pemeringkatan <i>Corporate Governance Perception Index</i> (CGPI) dan tercatat di BEI	Analisis regresi linear	(1) CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan (2) Sebagai variabel moderasi, CG mampu memperkuat hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan

Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
		Kemudian guna menganalisis juga hubungan antara CSR dengan nilai perusahaan apakah dapat dimoderasi dengan <i>Corporate Governance</i>				
Annabella & Susanto (2022)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> Terhadap Manajemen Laba Dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi	Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris pengaruh independensi dewan komisaris, ukuran dewan komisaris, jumlah pertemuan dewan komisaris, kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan sebagai variabel moderasi terhadap manajemen laba terhadap manajemen laba	Variabel Independen: CG Variabel Dependen: Manajemen Laba Variabel Moderasi: Ukuran Perusahaan	Perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam BEI periode 2017-2019	Analisis Regresi Berganda	(1) Independensi dewan komisaris, jumlah pertemuan dewan komisaris dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif terhadap manajemen laba (2) Ukuran dewan komisaris tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (3) Ukuran perusahaan dapat memperkuat pengaruh independensi dewan komisaris dan kepemilikan

Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
		pada perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia periode 2017-2019 selama 3 tahun.				institusional terhadap manajemen laba
Kurniawati (2021)	Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba Riil dengan Mekanisme <i>Corporate Governance</i> sebagai Pemoderasi	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) terhadap manajemen laba riil dengan mekanisme tata kelola perusahaan sebagai variabel moderasi.	Variabel Independen: CSR Variabel Dependen: Manajemen Laba Riil Variabel Moderasi: CG	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2016-2019.	Analisis Regresi	(1) Semakin besar pengungkapan CSR maka manajemen laba riil semakin kecil (2) Besar kecilnya kepemilikan manajerial tidak dapat memperkuat pengaruh pengungkapan CSR terhadap manajemen laba riil
Insyaroh & Widiatmoko (2022)	Pengaruh Good <i>Corporate Governance</i> terhadap manajemen laba dan dampaknya	Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah Good <i>Corporate Governance</i> yang diprosikan dengan	Variabel Independen: GCG Variabel Dependen: Manajemen	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2017-2020	Analisis Regresi	(1) Dewan komisaris independen tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba (2) Komite audit berpengaruh negatif

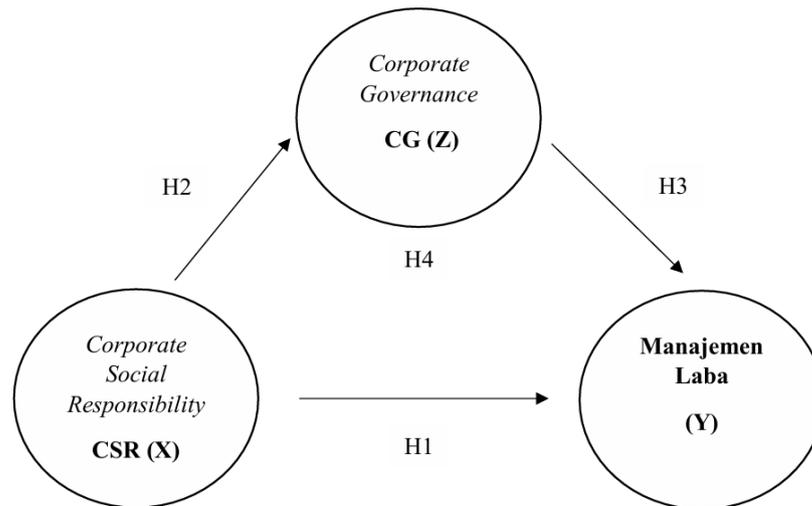
Peneliti (tahun)	Judul	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Hasil
	terhadap nilai perusahaan	Dewan Komisaris Independen, Komite Audit dan Kualitas Audit berpengaruh terhadap manajemen laba dan berdampak pada nilai perusahaan yang dikontrol oleh leverage dan ukuran perusahaan	Laba dan Nilai Perusahaan			terhadap manajemen laba (3) Kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (4) Manajemen laba berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan

Dari beberapa penelitian terdahulu yang sudah dijabarkan di atas, terdapat beberapa *gap research* yang signifikan dan relevan untuk diteliti. Pertama, terdapat inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya terkait pengaruh CSR terhadap manajemen laba. Beberapa studi menunjukkan bahwa pengungkapan CSR dapat mengurangi praktik manajemen laba, sementara penelitian lain menemukan hasil yang bertentangan, di mana CSR tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Kedua, belum adanya penelitian yang berfokus pada perusahaan pertambangan sebagai objek studi. Sebagian besar penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada sektor manufaktur, sehingga hasilnya tidak dapat digeneralisasi untuk sektor pertambangan yang memiliki karakteristik dan tantangan yang berbeda dalam pengungkapan CSR dan praktik manajemen laba. Ketiga, peran *Corporate Governance* sebagai variabel mediasi masih jarang diteliti secara mendalam dalam menjembatani hubungan antara CSR dan manajemen laba. Meskipun ada beberapa studi yang meneliti hubungan antara *Corporate Governance* dan manajemen laba, belum ada penelitian yang secara eksplisit menguji apakah *Corporate Governance* dapat memediasi pengaruh CSR terhadap manajemen laba. Dengan demikian, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana mekanisme CG dapat memediasi atau menjembatani efek pengungkapan CSR terhadap praktik manajemen laba yang dapat memberikan wawasan baru.

### 2.3 Model Konseptual Penelitian

Berdasarkan landasan teori, penelitian terdahulu, dan rumusan hipotesis model penelitian dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 2. 1** Model Konseptual



### 2.4 Pengembangan Hipotesis

#### 2.4.1 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba

*Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah praktik bisnis yang menggabungkan lingkungan dan kebijakan sosial dengan tujuan dan operasi ekonomi bisnis yang didasari atas gagasan bahwa bisnis dapat mengurangi dampak sosial dan lingkungan yang merugikan terhadap dunia (Nahar & Khurana, 2023). Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajer untuk memanipulasi laporan keuangan dengan tujuan untuk mempengaruhi hasil yang dilaporkan, sering kali untuk memenuhi ekspektasi pasar atau kontrak tertentu (Awalia et al., 2023). Dalam konteks ini, manajer mungkin lebih fokus pada pencapaian laba jangka pendek daripada tanggung jawab sosial. Pengungkapan CSR yang tinggi meningkatkan transparansi perusahaan, sehingga mengurangi ruang bagi manajer untuk melakukan manipulasi laba. Ketika perusahaan

lebih terbuka mengenai kegiatan sosialnya, hal ini dapat menekan praktik pengelolaan laba yang agresif. Perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung memiliki reputasi yang lebih baik di mata pemangku kepentingan. Untuk menjaga reputasi ini, manajer mungkin enggan terlibat dalam praktik manajemen laba yang bisa merusak citra perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1: Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba

#### 2.4.2 Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility terhadap Corporate Governance

CSR merujuk pada komitmen perusahaan untuk berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi sambil meningkatkan kualitas hidup karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal, dan masyarakat secara keseluruhan (Iqbal, 2021). Pengungkapan CSR mencakup informasi tentang aktivitas sosial dan lingkungan yang dilakukan oleh perusahaan. *Corporate Governance* adalah sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan, termasuk hubungan antara pemegang saham, manajer, dan pemangku kepentingan lainnya. Tata kelola yang baik mencakup transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab dalam pengelolaan perusahaan. Pengungkapan CSR yang baik meningkatkan transparansi perusahaan dengan memberikan informasi yang relevan kepada pemangku kepentingan mengenai dampak sosial dan lingkungan dari kegiatan bisnis. Hal ini sejalan dengan prinsip-prinsip *Corporate Governance* yang menekankan pentingnya transparansi dan akuntabilitas dalam pengelolaan perusahaan. Ketika perusahaan mengungkapkan informasi CSR secara terbuka, hal ini dapat memperkuat kepercayaan pemangku kepentingan terhadap manajemen perusahaan. Perusahaan yang aktif dalam CSR cenderung lebih memperhatikan kepentingan semua pemangku kepentingan, bukan hanya pemegang saham. Hal ini dapat memperbaiki hubungan antara manajemen dan pemangku

kepentingan, meningkatkan legitimasi perusahaan di mata publik, dan mendorong praktik *Corporate Governance* yang lebih baik (Khoirun & Labibah, 2022). Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H2: Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap *Corporate Governance*

#### 2.4.3 Pengaruh *Corporate Governance* terhadap Manajemen Laba

*Corporate Governance* merujuk pada sistem yang mengatur dan mengendalikan perusahaan, termasuk hubungan antara pemegang saham, manajemen, dan pemangku kepentingan lainnya (Nima et al., 2024). *Corporate Governance* yang baik mencakup transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab dalam pengelolaan perusahaan. Manajemen laba adalah praktik di mana manajer menggunakan kebijakan akuntansi untuk memanipulasi laporan keuangan dengan tujuan mencapai target laba tertentu. Praktik ini sering kali dilakukan untuk memenuhi ekspektasi pasar atau untuk mendapatkan keuntungan jangka pendek. Pengungkapan informasi tentang struktur dan praktik *Corporate Governance* meningkatkan transparansi perusahaan. Ketika pemangku kepentingan memiliki akses ke informasi yang jelas mengenai keputusan manajerial, hal ini dapat mengurangi kemungkinan terjadinya manipulasi laba. *Corporate Governance* yang kuat menciptakan mekanisme akuntabilitas bagi manajer. Dengan adanya dewan komisaris independen dan komite audit, tindakan manajer dapat diawasi dengan lebih baik, sehingga mengurangi kemungkinan mereka terlibat dalam praktik manajemen laba yang tidak etis (Veny & Putri, 2023). Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H3: *Corporate Governance* berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba

#### 2.4.4 Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba dengan *Corporate Governance* sebagai Variabel Mediasi

Pengungkapan CSR meningkatkan transparansi perusahaan, sehingga memperkecil ruang bagi manajer untuk memanipulasi laporan keuangan. Ketika perusahaan lebih terbuka mengenai kegiatan sosialnya, hal ini dapat mengurangi praktik pengelolaan laba yang agresif. Perusahaan dengan pengungkapan CSR yang baik cenderung memiliki reputasi positif di mata pemangku kepentingan. Untuk menjaga reputasi ini, manajer mungkin akan lebih berhati-hati dalam melakukan praktik manajemen laba. *Corporate Governance* yang kuat menciptakan mekanisme pengawasan yang lebih baik terhadap tindakan manajerial (Pramanaswari, 2024). Dengan adanya dewan komisaris independen dan komite audit, tindakan manajer dapat diawasi dengan lebih ketat, sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya manajemen laba. *Corporate Governance* yang baik mendorong akuntabilitas di antara manajer. Ketika ada tekanan untuk mempertanggungjawabkan tindakan mereka kepada pemangku kepentingan, manajer akan cenderung menghindari praktik manipulatif dalam laporan keuangan (Saeful Iman, 2023). Berdasarkan penjelasan di atas maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H4: Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba dengan *Corporate Governance* sebagai variabel mediasi