

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Tinjauan Teori**

##### **2.1.1. Manajemen Laba**

Laporan Keuangan merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menghubungkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pentingnya laporan keuangan juga diungkapkan bahwa laporan keuangan merupakan sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik. Salah satu parameter penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen adalah laba. Menurut Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 1, informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggungjawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir earnings power perusahaan di masa yang akan datang. Adanya kecenderungan lebih memperhatikan laba ini disadari oleh manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan informasi laba tersebut, sehingga mendorong timbulnya perilaku menyimpang, yang salah satu bentuknya adalah earnings management. Manajer mempunyai kewajiban untuk memaksimalkan kesejahteraan para pemegang saham dan debtholders, namun disisi lain manajer juga mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri. Penyatuan kepentingan pihak-pihak ini seringkali menimbulkan masalah-masalah yang disebut dengan masalah keagenan (agency problem). Manajemen laba merupakan salah satu masalah keagenan yang terjadi karena adanya pemisahan antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan. Manajemen laba juga merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh pihak manajemen yang menaikkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit yang menjadi

tanggung jawabnya yang tidak mempunyai hubungan dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Dengan demikian, manajemen laba dapat diartikan sebagai suatu tindakan manajemen laba yang mempengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan manfaat ekonomi yang keliru kepada perusahaan, sehingga dalam jangka panjang hal tersebut akan sangat mengganggu bahkan membahayakan perusahaan. Definisi earnings management menjadi dua, yaitu:

1. Definisi sempit. Earnings management dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Earnings management dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajemen untuk “bermain” dengan komponen discretionary accruals dalam menentukan besarnya earnings.
2. Definisi luas. Earnings management merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.

Manajemen laba sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan judgment dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan, sehingga menyesatkan stakeholder tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil yang berhubungan dengan kontrak yang tergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan. Manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi untuk mencapai tujuan khusus.

### 2.1.2. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

*Corporate Social Responsibility (CSR)* adalah suatu mekanisme perusahaan untuk secara sadar mengintegrasikan sebuah perhatian terhadap lingkungan sosial kepada operasi dan interaksinya terhadap *stakeholder*, yang melampaui tanggung jawab sosial di bidang hukum. Secara sederhana *Corporate Social Responsibility (CSR)* merupakan suatu konsep serta tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan sebagai rasa tanggung jawabnya terhadap sosial dan lingkungan sekitar dimana perusahaan itu berdiri. Pada dasarnya CSR merupakan tanggung jawab perusahaannya terhadap *stakeholder* atau pemangku kepentingan, dimana lebih jauh dari pada itu para ahli menyatakan bahwa CSR memiliki tiga defenisi yaitu:

1. Melakukan tindakan sosial, termasuk didalamnya adalah kepedulian terhadap lingkungan hidup yang lebih dari batas-batas yang dituntut atau diharuskan dalam peraturan peundang-undangan.
2. Komitmen usaha yang dilakukan secara etis, beroperasi secara legal, serta berkontribusi terhadap peningkatan ekonomi yang diiringi dengan peningkatan kualitas hidup karyawan termasuk keluarganya, komunitas lokal, serta masyarakat banyak.
3. Komitmen bisnis untuk turut serta berkontribusi dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan perusahaan, keluarga karyawan, komunitas setempat, serta masyarakat umum secara keseluruhan dalam rangka untuk meningkatkan kualitas hidup bersama.

Dalam pengelolaan perusahaan modern, terdapat pemisahan antara pemilik perusahaan dengan pengelola perusahaan. Hal tersebut terjadi karena keterbatasan kemampuan pemilik dalam mengelola perusahaan sedangkan di sisi lain para profesional menawarkan kemampuannya untuk mengelola perusahaan dengan tujuan memaksimalkan keuntungan perusahaan. Hal ini memunculkan *agency problem* yang manajer mempunyai kewajiban untuk mensejahterakan para pemilik perusahaan. CSR merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para pemangku kepentingan perusahaan atau

*stakeholders* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya (Arief dan Didik, 2014). Gagasan yang terkandung dalam CSR adalah menjadikan perusahaan tidak hanya dihadapkan pada tanggung jawab pada nilai perusahaan semata dalam hal ini adalah laporan keuangannya tetapi juga kewajiban terhadap *stakeholder*. Tanggung jawab perusahaan yang ditunjukkan dalam CSR harus berpijak pada aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Sehingga perusahaan dapat menggunakan informasi CSR sebagai salah satu keunggulan kompetitif (Budi, 2013). Di sisi lain, manajer mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka. Pemikiran yang melandasi CSR (*corporate social responsibility*) yang sering dianggap inti etika bisnis adalah bahwa perusahaan tidak hanya mempunyai kewajiban-kewajiban ekonomi dan legal kepada pemegang saham atau *shareholders* tetapi juga kewajiban-kewajiban terhadap pihak-pihak lain yang berkepentingan (*stakeholders*) yang jangkauannya melebihi kewajiban-kewajiban di atas. Tanggung jawab sosial dari perusahaan terjadi antara sebuah perusahaan dengan semua stakeholder, termasuk di dalamnya adalah pelanggan, pegawai, komunitas, pemilik atau investor, pemerintah, pemasok bahkan juga kompetitor (Almilia *et al.*, 2011). Terdapat dua motivasi yang mendasari perusahaan dalam mengungkapkan aktivitas CSR dalam laporan keuangan. Dua motivasi tersebut didasarkan pada teori *stakeholders* dan teori legitimasi.

Dalam teori *stakeholders* disebutkan bahwa perusahaan akan memilih *stakeholders* yang dianggap penting dan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan harmonis antara perusahaan dan *stakeholders*nya (Ghozali dan Chariri, 2007). Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan aktivitas serta pengungkapan CSR dengan harapan agar mempunyai hubungan yang baik dengan para *stakeholders* perusahaan. Teori legitimasi menyebutkan bahwa perusahaan sebaiknya menunjukkan berbagai aktivitas sosial perusahaan agar tujuan perusahaan diterima masyarakat (Deegan, 2002). Oleh karena itu, perusahaan mempertimbangkan aktivitas serta pengungkapan CSR dengan

harapan memperoleh legitimasi dari publik. Perusahaan menggunakan pengungkapan CSR untuk membenarkan atau melegitimasi aktivitas perusahaan di mata masyarakat. Hal ini dikarenakan, pengungkapan aktivitas CSR akan menunjukkan tingkat kepatuhan suatu perusahaan seperti kepatuhan terhadap norma-norma yang berlaku, serta harapan-harapan publik kepada perusahaan tersebut (Branco dan L.L., 2008). Adanya perbedaan kepentingan dalam perusahaan antara *shareholders* dan *stakeholders* membuat manajer sebagai pengelola perusahaan harus memperhatikan kepentingan seluruh pihak tanpa mengabaikan salah satu pihak. Bentuk perhatian yang diberikan kepada *shareholders* ialah berupa peningkatan keuntungan atas investasi pada perusahaan, sedangkan perhatian kepada *stakeholders* diwujudkan dalam bentuk pengungkapan *corporate social responsibility* yaitu pertanggungjawaban perusahaan terhadap lingkungan dan sosial.

Perhatian besar yang diberikan masyarakat terhadap perusahaan yang *visible* terhadap aktivitas pertanggung jawaban lingkungan dan sosial membuat manajer harus memberikan informasi pengungkapan sebanyak-banyaknya. Hal ini memungkinkan manajer yang bertindak sebagai pengelola perusahaan maupun yang memiliki saham dalam perusahaan atau kepemilikan manajerial melakukan manajemen laba terhadap pelaporan keuangan agar informasi yang diberikan terlihat baik dan sekaligus dapat meningkatkan keuntungan manajer. Pada umumnya perusahaan yang besar mengungkapkan lebih banyak informasi dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan besar pada umumnya mempunyai banyak jenis produk, sistem informasi yang canggih, serta struktur kepemilikan yang lengkap, sehingga memungkinkan dan membutuhkan tingkat pengungkapan secara luas (Zaleha, 2005).

## 1) TEORI KEAGENAN

Adanya pemisahan kepemilikan oleh *principal* dengan pengendalian oleh agen dalam sebuah organisasi cenderung menimbulkan konflik keagenan diantara *principal* dengan agen (Jensen dan Meckling, 1976). Watt dan Zimmerman (1986) menyatakan bahwa laporan keuangan yang dibuat dengan angka-angka akuntansi diharapkan dapat meminimalkan konflik diantara pihak-pihak yang berkepentingan. Dengan laporan keuangan yang dilaporkan oleh agen sebagai pertanggungjawaban kinerjanya, *principal* dapat menilai, mengukur, dan mengawasi sampai sejauh mana agen tersebut bekerja untuk meningkatkan kesejahteraannya, serta memberikan kompensasi kepada agen. Teori keagenan menghipotesiskan bahwa manajemen berusaha memaksimalkan kesejahteraan, hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menyempurnakan kinerja melalui peningkatan pendapatan dengan segera, namun bukan dengan usaha dalam rentang waktu yang lama sesuai dengan proses yang wajar, hal ini tentu saja bertentangan dengan kepentingan pemegang saham. Menurut Scott (2003), perilaku tersebut terjadi karena manajer dalam hal ini memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai laba dibandingkan dengan pihak luar. Deteksi terhadap kemungkinan manipulasi merupakan sesuatu yang penting, karena berkaitan dengan faktor-faktor yang mendorong manajer untuk mengelola pendapatan bersih yang dilaporkan. (Machfoedz, 2006) Eisenhardt (1986) menyatakan bahwa teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*).
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa datang (*boundedrationality*).
3. Manusia selalu menghindari risiko (*risk averse*).

Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia akan bertindak oportunistis, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya. (Faza, 2011). Hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (prinsipal) mempekerjakan orang lain (agen) untuk memberikan suatu jasa dan

mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen tersebut. Jika agen tidak berbuat sesuai kepentingan prinsipal mengakibatkan terjadi konflik keagenan sehingga memicu biaya keagenan (Jensen dan Meckling, 1976). Perusahaan mempunyai banyak kontrak seperti: kontrak kerja dengan para manajer dan kontrak pinjaman dengan kreditur. Agen dan prinsipal ingin memaksimalkan utilitas masing-masing melalui informasi yang dimiliki. Agen memiliki informasi lebih banyak (*full information*) dibandingkan dengan prinsipal sehingga menimbulkan *asimetry information*. Informasi yang lebih banyak dimiliki oleh manajer dapat memicu manajer melakukan tindakan yang sesuai dengan keinginan dan kepentingannya. Bagi pemilik modal atau investor akan sulit untuk mengontrol secara efektif tindakan yang dilakukan oleh manajer karena hanya memiliki sedikit informasi. Kadang kala kebijakan tertentu yang dilakukan oleh manajer tanpa sepengetahuan pemilik modal atau investor (Scott, 2000). Asumsi teori agensi adalah masing-masing individu termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dengan agen. Pemegang saham sebagai pihak prinsipal akan mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya melalui peningkatan profitabilitas. Manajer sebagai agen termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Perilaku oportunistik dari agen menyebabkan timbulnya masalah keagenan. Manajer akan memiliki dorongan untuk memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memperlihatkan kinerja yang baik dengan tujuan mendapatkan bonus (Muliati, 2011).

## 2) STAKEHOLDERS THEORY

Teori keagenan menjelaskan hubungan antara agen (manajemen) dan prinsipal (pemilik usaha). Hubungan keagenan merupakan suatu kontrak antara satu orang atau lebih (prinsipal) yang memerintah pihak lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen untuk membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal (Jensen dan Meckling, 1976). Asimetri

informasi sangat dimungkinkan terjadi antara berbagai pihak yang timbul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan pada masa yang akan datang dibandingkan dengan pemegang saham dan *stakeholders* lainnya. Stakeholders juga merupakan individu, sekelompok manusia, komunitas atau masyarakat baik secara keseluruhan maupun secara parsial yang memiliki hubungan serta kepentingan terhadap perusahaan (Kusumastuti, 2014). Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, namun harus memberikan manfaat bagi stakeholder-nya seperti: pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain (Ghozali dan Chariri, 2007). Pengungkapan corporate social responsibility menjadi penting karena para stakeholder perlu mengetahui dan mengevaluasi sejauh mana perusahaan melaksanakan peranannya sesuai dengan keinginan stakeholder, sehingga menuntut adanya akuntabilitas perusahaan atas kegiatan corporate social responsibility yang telah dilakukan (Riswari, 2012).

### 3) LEGITIMACY THEORY

*Legitimacy theory* menyatakan bahwa organisasi harus secara terus menerus mencoba untuk meyakinkan bahwa perusahaan melakukan kegiatan sesuai dengan batasan dan norma-norma masyarakat. Legitimasi dianggap sebagai asumsi bahwa tindakan yang dilakukan suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas atau sesuai dengan sistem, norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Rawi dan Muchlish, 2010). Legitimasi organisasi juga merupakan sesuatu yang diberikan oleh masyarakat kepada perusahaan dan sesuatu yang diinginkan atau dicari perusahaan dari masyarakat. Legitimasi memiliki manfaat untuk mendukung keberlangsungan hidup suatu perusahaan (O'Donovan, 2002). Legitimasi dianggap sebagai penyamaan persepsi bahwa tindakan yang dilakukan oleh suatu entitas merupakan tindakan yang diinginkan, pantas ataupun sesuai dengan sistem norma, nilai, kepercayaan dan definisi yang dikembangkan secara sosial (Suchman, 1995). Legitimasi dianggap penting bagi perusahaan karena menjadi faktor strategis bagi perkembangan perusahaan ke depan. Teori legitimasi juga dapat diterapkan pada perusahaan yang melakukan

kegiatan tanggung jawab sosial. Perusahaan menjadi bagian dari suatu komunitas dan lingkungannya sendiri. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitarnya, sehingga apa yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, manajemen membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatan berdasarkan nilai-nilai keadilan, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Haniffa dan Cooke, 2005). Perusahaan juga harus memperhatikan kepentingan berbagai pihak. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan sosial yang memberikan dampak positif bagi pihak lain maka akan memberikan manfaat dan kemajuan tersendiri bagi perusahaan. Untuk itu, sebagai suatu sistem yang mengedepankan keberpihakan kepada society, operasi perusahaan harus kongruen dengan harapan masyarakat (Retno dan Priantinah, 2012).

### **2.1.3 Kinerja Keuangan Perusahaan**

Perusahaan sebagai salah satu bentuk organisasi pada umumnya memiliki tujuan tertentu yang ingin dicapai dalam usaha untuk memenuhi kepentingan para anggotanya. Keberhasilan dalam mencapai tujuan perusahaan merupakan prestasi manajemen. Penilaian prestasi atau kinerja suatu perusahaan diukur karena dapat dipakai sebagai dasar pengambilan keputusan baik pihak internal maupun eksternal. Kinerja perusahaan merupakan suatu gambaran tentang kondisi keuangan suatu perusahaan yang dianalisis dengan alat-alat analisis keuangan, sehingga dapat diketahui mengenai baik buruknya keadaan keuangan suatu perusahaan yang mencerminkan prestasi kerja dalam periode tertentu. Hal ini sangat penting agar sumber daya digunakan secara optimal dalam menghadapi perubahan lingkungan. Penilaian kinerja keuangan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh pihak manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Pengertian lain tentang kinerja yaitu "Performance

adalah ukuran seberapa efisien dan efektif sebuah organisasi atau seorang manajer untuk mencapai tujuan yang memadai.” (Stoner et al, 1996:9) Adapun pengertian efektif dan efisien menurut Stoner et al (1996:9): “Efisien adalah kemampuan untuk meminimalkan penggunaan sumber daya dalam mencapai tujuan organisasi berarti melakukan dengan tepat, sedangkan efektivitas adalah kemampuan untuk menentukan tujuan yang memadai berarti melakukan hal yang tepat.” Dari pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kinerja (Performance) perusahaan adalah hasil dari banyak keputusan yang dibuat secara terus menerus oleh manajemen untuk mencapai tujuan tertentu secara efektif dan efisien. Ekonomi Indonesia saat ini sangat dipengaruhi oleh dunia perbankan. Maka dari itu perusahaan perbankan harus mengedepankan kinerja keuangannya dalam menyusun laporan keuangan untuk memperoleh laba maksimal. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan laba. Pengertian laba secara operasional merupakan perbedaan antara pendapatan yang direalisasi yang timbul dari transaksi selama satu periode dengan biaya yang berkaitan dengan pendapatan tersebut.

Dalam penelitian ini lebih berfokus untuk menganalisis kembali apakah kinerja keuangan sangat berpengaruh terhadap manajemen laba yang melalui laporan keuangan, untuk menghindari pelaporan kerugian atau penurunan laba, serta faktor-faktor lainnya yang sangat berpengaruh terhadap manajemen laba. Salah satu tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menilai atau menganalisis manajemen laba yaitu dari laporan keuangan. Laporan keuangan dijadikan sebagai dasar untuk menilai kinerja perusahaan merupakan alat yang digunakan oleh manajemen untuk menunjukkan pertanggung jawaban kinerjanya kepada investor, kreditor, pemasok, karyawan, pelanggan, masyarakat, dan pemerintah. Laporan keuangan dapat menunjukkan apakah sebuah perusahaan memiliki kinerja yang bagus atau tidak sehingga dapat membantu *stakeholder* untuk membuat keputusan. Laporan keuangan perlu disusun sebaik mungkin agar tidak terjadi kesalahan dalam pengambilan keputusan yang nantinya akan diambil oleh para pemangku kepentingan di dalam perusahaan, pentingnya laporan keuangan bagi perusahaan sering kali beredar isu mengenai usaha manajer perusahaan untuk

melakukan manajemen laba hal ini bukan merupakan permasalahan baru di bidang manajemen. Perusahaan didirikan dengan tujuan meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham. Pihak manajer sebagai pengelola perusahaan mempunyai tujuan yang berbeda terutama dalam hal peningkatan prestasi individu dan kompensasi yang akan diterima. Ketidaksamaan kepentingan akan menimbulkan perilaku menyimpang dari manajer yang salah satunya adalah aktivitas manajemen laba.

Manajemen perusahaan merupakan salah satu faktor yang dapat memberikan kebijakan dalam penyusunan laporan keuangan tersebut untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu, manajemen mempunyai kecenderungan untuk melakukan tindakan yang dapat membuat laporan keuangan menjadi baik, yaitu manajemen laba. Semakin merebaknya aktivitas manajemen laba telah mendorong berkembangnya perhatian publik pada pengungkapan informasi yang akurat. Salah satu informasi yang sangat penting dalam laporan keuangan adalah laba. Informasi laba merupakan komponen informasi keuangan yang menjadi pusat perhatian sekaligus dasar pengambilan keputusan pihak-pihak yang berkepentingan, misalnya digunakan untuk menilai kinerja perusahaan ataupun kinerja manajer. Oleh karena itu manajer melakukan pengelolaan terhadap angka laba (*earning management*). Informasi laba sebagai bagian dari laporan keuangan sering menjadi target rekayasa melalui tindakan manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya, tindakan tersebut diajukan dengan cara memilih kebijakan manajemen tertentu, sehingga laba dapat diatur, dinaikkan atau diturunkan sesuai keinginannya. Menurut *Statement of Financial Accounting Concepts* (SFAC) No. 1, informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggung jawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir *earnings power* perusahaan di masa yang akan datang. Adanya kecenderungan lebih memperhatikan laba ini disadari oleh manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya diukur berdasarkan informasi tersebut, sehingga mendorong timbulnya perilaku menyimpang (*dysfunctional behaviour*), yang salah satu bentuknya adalah manajemen laba (*earnings management*). Permasalahan yang muncul

adalah bagaimana mendeteksi adanya manipulasi dalam laba atau manajemen laba (*earnings management*), perilaku tersebut telah diprediksi dalam teori keagenan.

Hal ini mungkin dilakukan manajer saat perusahaan terancam mengalami penurunan laba adalah dengan melakukan manajemen laba. Sehingga kinerja keuangan pada perusahaan akan tampak baik di mata pemegang saham dan publik walaupun dalam keadaan perusahaan terancam mengalami penurunan laba.

#### **2.1.4 Tujuan Kinerja Keuangan**

Kinerja merupakan hal yang penting harus dicapai oleh setiap perusahaan dimanapun, karena kinerja merupakan cerminan dari kemampuan perusahaan dalam mengelola dan mengalokasikan sumber dananya. Tujuan pokok penilaian kinerja untuk memotivasi karyawan dalam mencapai sasaran organisasi dan dalam mematuhi standar perilaku yang telah ditetapkan sebelumnya, agar membuahkan tindakan dan hasil yang diharapkan. Kinerja keuangan juga akan memberikan gambaran efisiensi atas penggunaan dana mengenai hasil akan memperoleh keuntungan dapat dilihat setelah membandingkan pendapatan bersih setelah pajak.

#### **2.1.5. Menganalisis Kinerja Keuangan**

Kinerja keuangan suatu perusahaan dapat diartikan sebagai prospek atau masa depan, pertumbuhan dan potensi perkembangan yang baik bagi perusahaan. Kinerja perusahaan secara umum merupakan gambaran prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam operasionalnya. Kinerja keuangan perusahaan merupakan gambaran kondisi keuangan perusahaan pada suatu periode tertentu. Kinerja perusahaan dapat diukur dengan menganalisis dan mengevaluasi laporan keuangan. Informasi posisi keuangan dan kinerja keuangan dimasa lalu seringkali digunakan sebagai dasar untuk memprediksi posisi keuangan dan kinerja dimasa depan dan hal-hal lain yang langsung menarik perhatian pemakai seperti pembayaran dividen, upah, pergerakan harga sekuritas dan kemampuan perusahaan untuk memenuhi komitmennya ketika jatuh tempo. Penilaian kinerja merupakan suatu evaluasi yang dilakukan untuk mengetahui kondisi dan kinerja yang telah dicapai perusahaan, yang digambarkan melalui catatan-catatan dan

laporan keuangan perusahaan. Kinerja perusahaan adalah prestasi yang dicapai oleh perusahaan dalam suatu periode tertentu yang mencerminkan tingkat keuangan suatu perusahaan. Untuk dapat mengukur tingkat kinerja perusahaan, pengukurannya dapat dilakukan dengan rasio keuangan dengan melihat *trend* setiap tahun dari masing-masing rasio keuangan. Penilaian kinerja keuangan suatu perusahaan merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh manajemen agar dapat memenuhi kewajibannya terhadap para penyandang dana dan juga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan perusahaan. Penilaian kinerja perusahaan yang ditimbulkan sebagai akibat dari proses pengambilan keputusan manajemen, merupakan persoalan yang kompleks karena menyangkut efektivitas pemanfaatan modal dan efisiensi dari kegiatan perusahaan yang menyangkut nilai serta keamanan dari berbagai tuntutan yang timbul terhadap perusahaan. Jadi dalam menilai kinerja keuangan perusahaan, dapat digunakan suatu ukuran atau tolok ukur tertentu. Biasanya ukuran yang digunakan adalah rasio atau indeks yang menghubungkan dua data keuangan. Adapun jenis perbandingan dalam analisis rasio keuangan meliputi dua bentuk yaitu membandingkan rasio masa lalu, saat ini ataupun masa yang akan datang untuk perusahaan yang sama. Dan bentuk yang lain yaitu dengan perbandingan rasio antara satu perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis.

#### **2.1.6. Hubungan Manajemen Laba dan Corporate Social Responsibility**

Perusahaan dalam menjalankan kegiatan usaha tidak hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri, tetapi juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* seperti: pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan terhadap para *stakeholder* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasi yang telah dilakukan perusahaan. CSR merupakan proses pengkomunikasian dampak sosial dan lingkungan kegiatan ekonomi organisasi terhadap kelompok khusus yang berkepentingan dan masyarakat secara keseluruhan (Hackston dan Milne, 1996). Tanggung jawab sosial perusahaan diwujudkan melalui berbagai kegiatan sosial yang disebut dengan *Corporate Social Responsibility* (CSR).

Holme dan Watts (2000) mengemukakan bahwa CSR merupakan bentuk komitmen bisnis yang berkelanjutan dari perusahaan, dimana perusahaan selalu berpegangan pada etika dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi guna meningkatkan kualitas hidup karyawan. Manajemen laba juga memiliki konsekuensi. Konsekuensi yang dialami jangka panjang apabila diketahui perusahaan melakukan manajemen laba adalah hilangnya kepercayaan dan dukungan dari *stakeholders*. Akhirnya kewaspadaan dan kecurigaan dari *stakeholders* lainnya akan meningkat (Zahra *et al.*, 2005). Sebagai bentuk pertahanan, manajer melakukan kegiatan CSR sebagai bentuk kompensasi kepada *stakeholders* (Prior *et al.*, 2008). Dengan kata lain kegiatan CSR digunakan untuk menutupi manajemen laba dan mengalihkan perhatian *stakeholders*. Menurut Healy and Wahlen (1999) manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan sehingga menyesatkan stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

Dalam hubungan antara principal dan agent terdapat suatu konflik kepentingan akibat dari tujuan yang berbeda antara principal dan agent. Pihak principal atau pemilik perusahaan tidak memiliki informasi yang cukup mengenai keadaan perusahaan dan kinerja manajer sedangkan agent atau manajer memiliki informasi yang lebih banyak terkait dengan kondisi perusahaan. Lebih lanjut lagi, dengan didorong adanya kepentingan yang berbeda maka manajer dapat memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan manajemen laba terhadap laporan keuangan perusahaan sehingga tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya. Akibatnya pemilik perusahaan tidak dapat melakukan pengambilan keputusan investasi secara optimal. Ketika pemilik perusahaan atau shareholder menemukan indikasi terjadinya manajemen laba di dalam perusahaannya, maka nilai perusahaan langsung turun drastis didalam pasar saham. Tentu saja hal tersebut akan berdampak sangat serius terhadap pemilik perusahaan dan stakeholder yang lainnya. Ketika hal tersebut terjadi, maka

stakeholder akan melakukan aksi yang akan mengancam keberadaan manajemen. Usaha yang memungkinkan dilakukan oleh manajer untuk mengamankan posisi mereka adalah dengan membuat dan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan stakeholder dan lingkungan sosial masyarakat, dalam hal ini corporate social responsibility. Untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut, kegiatan CSR yang biasa dilakukan adalah memasukkan aspek sosial ke dalam proses produksi, mengadopsi praktek pengembangan sumber daya manusia secara progresif meningkatkan kegiatan yang ramah lingkungan melalui kegiatan daur ulang dan pengurangan polusi dan limbah, atau dengan mempercepat tujuan dari organisasi masyarakat (McWilliams et al., 2006).

### **2.1.7. Hubungan Manajemen Laba dan Kinerja Keuangan Perusahaan**

Berdasarkan teori *signaling* bahwa laba dapat memberikan sinyal yang positif mengenai prospek perusahaan di masa depan perusahaan. Dengan adanya pertumbuhan laba yang terus meningkat dari tahun ke tahun, akan memberikan sinyal yang positif mengenai kinerja perusahaan. Selain itu peningkatan laba akan berdampak pada *value of the firm* (nilai perusahaan) yang akan tercermin pada nilai saham. Jadi dengan demikian nilai saham merupakan indeks yang tepat untuk mengukur efektivitas perusahaan, sehingga seringkali dikatakan memaksimalkan nilai perusahaan juga berarti memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Saham suatu perusahaan bisa dinilai dari pengembalian (*return*) yang diterima oleh pemegang saham dari perusahaan yang bersangkutan. *Return* bagi pemegang saham bisa berupa penerimaan dividen tunai ataupun adanya perubahan harga saham pada suatu periode (Ross 2002). Hal ini, yang mendorong perusahaan untuk manage atau melaporkan laba sedemikian agar harga saham/investor merespon baik tentang kinerja perusahaan. Dengan demikian laba menjadi salah satu komponen penting dalam mengambil keputusan serta menjadi pusat perhatian bagi para penggunannya. Laba merupakan komponen penting bagi banyak pihak, sehingga manajemen akan berusaha menyajikan laba yang

disesuaikan dengan tujuan yang diinginkan oleh manajer, seperti melakukan manajemen laba (*earnings management*).

Penelitian ini didasarkan pada teori hipotesis pasar efisien (*Efficient Market Hypothesis/EMH*) mengasumsikan bahwa pasar modal Indonesia termasuk dalam kategori efisien setengah kuat. Dalam bentuk ini, harga saham akan mencerminkan berbagai informasi yang dipublikasikan, termasuk informasi dalam laporan keuangan. Menurut Scott (2009), manajemen laba merupakan suatu tindakan manajemen untuk memilih kebijakan akuntansi dari suatu standar tertentu agar mencapai target laba tertentu, dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pihak manajemen dan atau nilai perusahaan. Ada dua cara pemahaman atas manajemen laba menurut Scott (2009). Pertama, manajemen laba sebagai peluang bagi manajer untuk meningkatkan kepentingan pribadinya, atau dikenal dengan *Oportunistic Earnings Management*. Kedua, manajemen laba dapat dipandang dari perspektif *efficient contracting (Efficient Earnings Management)*. Maksudnya adalah manajemen laba dapat digunakan oleh manajer sebagai jalan keluar untuk melindungi kepentingan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian tak terduga demi keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan demikian, dengan manajemen laba, seorang manajer dapat mempengaruhi nilai perusahaan pada pasar saham secara positif.

## 2.2. Penelitian Terdahulu

Selain berpedoman pada teori-teori sebelumnya yang diperoleh dari literatur-literatur yang dijadikan sebagai acuan dasar terdapat juga penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan, diantaranya:

Pertama, penelitian Nurlela dan Islahuddin (2008) menguji “Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel *Moderating*” menemukan bahwa CSR, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun secara parsial yang memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan adalah

prosentase kepemilikan manajemen dan interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen.

Kedua, Kim, Park, dan Wier (2012) meneliti mengenai “Keterkaitan antara Tanggung Jawab Sosial dan Kualitas Laba melalui Manajemen Laba.” Penelitian ini menggunakan data sekunder yaitu dilihat dari data perusahaan yang termasuk dalam *Compustat database*. Variabel yang digunakan ialah *corporate social responsibility* pada variabel independen dan manajemen laba pada variabel dependen dengan proksi *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)*. Hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif dan signifikan antara *corporate social responsibility* dan *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)*. Dari hasil tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan yang melakukan kegiatan CSR membuat pelaporan keuangan lebih transparan dan memotivasi pihak manajer untuk bersikap jujur, dapat dipercaya, dan beretika.

Ketiga, Nastiti (2010) menguji mengenai “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba.” Variabel independen *corporate social responsibility* diukur menggunakan skor hasil survei yang dicapai perusahaan dalam *corporate social responsibility index (CSRI)*, variabel dependen manajemen laba diukur menggunakan *discretionary accrual*. Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis yang diuji dengan analisis regresi linear sederhana dan tingkat signifikan yang digunakan adalah 5%. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara *corporate social responsibility* dan manajemen laba.

Keempat, Putri (2012) meneliti mengenai “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2008- 2011 yang Melakukan Pengungkapan CSR Secara Konsisten.” Penelitian ini menggunakan variabel kontrol yaitu ROA, SIZE, kepemilikan insider, kepemilikan institusional, dan kepemilikan blockholder. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan didapat 28 perusahaan. Analisis data dilakukan dengan regresi berganda. Hasil analisis

menunjukkan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh secara negatif terhadap manajemen laba. Dari hasil tersebut peneliti menyimpulkan apabila pengungkapan CSR semakin banyak maka manajemen laba yang terjadi semakin sedikit.

Kelima, Penelitian yang dilakukan oleh Sun *et.al.* (2010) yang meneliti “Pengaruh Manajemen Laba (*earning management*) terhadap *Corporate Environmental Disclosure*.” dengan asumsi dasar perusahaan yang melakukan manajemen laba mempunyai insentif untuk melakukan *corporate environmental disclosure* (CED) sebagai alat untuk mengacaukan perhatian *stakeholders* atas kecurangan tersebut. Penelitian Sun *et.al* (2010) ini dilakukan pada semua perusahaan yang terdaftar di *Financial Times* dan *the London Stock Exchange* (FTSE) periode 1 April 2006 sampai 31 Maret 2007. Sampel akhir yang didapat adalah 245 perusahaan. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara EM dan CED, begitu pula ukuran dewan komisaris sebagai variabel moderasi. Sedangkan jumlah pertemuan komite audit berpengaruh secara signifikan terhadap pengaruh manajemen laba terhadap CSR.

Keenam, Dyah (2013) mengemukakan bahwa manajemen laba melalui derivatif tidak berpengaruh terhadap nilai perusahaan dalam konteks di Indonesia. Hasil tersebut didukung Yip dan Nguyen (2012) tidak menemukan pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dalam konteks perusahaan di Australia. Berdasarkan literatur dan argumen diatas, maka hipotesis yang dikembangkan sebagai berikut: **H1: Real activity Earnings management berpengaruh terhadap kinerja perusahaan.**

Ketujuh, Prior *et.al* (2008), “Pengaruh Manajemen Laba terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*: Variabel Anteseden dan Variabel Moderasi”. Menemukan bahwa manajer dalam perusahaan yang melakukan manajemen laba cenderung semakin aktif dalam meningkatkan citra dan menarik dukungan dari publik dan stakeholder melalui kebijakan CSR. Manajer percaya bahwa dengan memenuhi kepuasan stakeholder dan mewujudkan kesan yang baik terhadap lingkungan dan sosial maka kecurigaan dan kewaspadaan dari stakeholder dapat dikurangi sehingga kemungkinan untuk diamati oleh

stakeholder yang sudah puas juga dapat dikurangi. Berdasarkan literatur di atas, hipotesis yang dikembangkan adalah: **H2: Manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan corporate social responsibility**

Dari uraian diatas maka, untuk memperjelas lagi penelitian-penelitian terdahulu tersebut saya membuat tabel. Berikut merupakan tabel hasil penelitian terdahulu dari peneliti-peneliti sebelumnya diantaranya:

**Tabel 2.2**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti &amp; Tahun</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Variabel Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
01	Kim, Park, dan Wier (2012)	“Keterkaitan antara Tanggung Jawab Sosial dan Kualitas Laba melalui Manajemen Laba.”	<b>Dependen:</b> <i>Earnings Management</i> <b>Independen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Deskriptif	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba yang diprosikan melalui <i>discretionary accrual, real activities manipulation</i> , dan <i>Accounting and Auditing Enforcement Releases (AAERs)</i>
02	Amalia Rudi Nastiti (2010)	“Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba.”	<b>Dependen:</b> Manajemen Laba <b>Independen:</b> <i>Corporate Social Responsibility</i>	Analisis Regresi Berganda	<i>Corporate social responsibility</i> berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba
03	I Gusti Bagus Alit Wahyu Palguna Putra (2013)	“Pengaruh Tingkat Pengungkapan Item Corporate Social Responsibility	<b>Dependen:</b> Manajemen laba <b>Independen:</b> Pengungkapan CSR	Analisis Deskriptif	Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba yang berimplikasi pada kualitas laba

		terhadap Manajemen Laba”			
04	Sun <i>et al.</i> (2010)	“Pengaruh Manajemen Laba ( <i>earning management</i> ) terhadap <i>Corporate Environmental Disclosure.</i> ”	<b>Independen:</b> Ukuran dewan komisaris	Analisis Deskriptif	Tidak ada pengaruh yang signifikan antara EM dan CED, begitu pula ukuran dewan komisaris sebagai variable moderasi.
05	Putri (2012)	“Pengaruh Pengungkapan <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur Tahun 2008-2011 yang Melakukan Pengungkapan CSR Secara Konsisten.”		Analisis Regresi Berganda	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh secara negatif terhadap manajemen laba.
06	Nurlela dan Islahuddin (2008)	“Pengaruh CSR terhadap Nilai Perusahaan dengan Persentase Kepemilikan Manajemen sebagai Variabel <i>Moderating</i> ”		Analisis Regresi Berganda	CSR, prosentase kepemilikan manajemen, serta interaksi antara CSR dengan prosentase kepemilikan manajemen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan

Penelitian Putri (2012) menemukan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh negatif pada manajemen laba. Penelitian Yip *et al.* (2011) juga menemukan hubungan negatif antara manajemen laba dengan

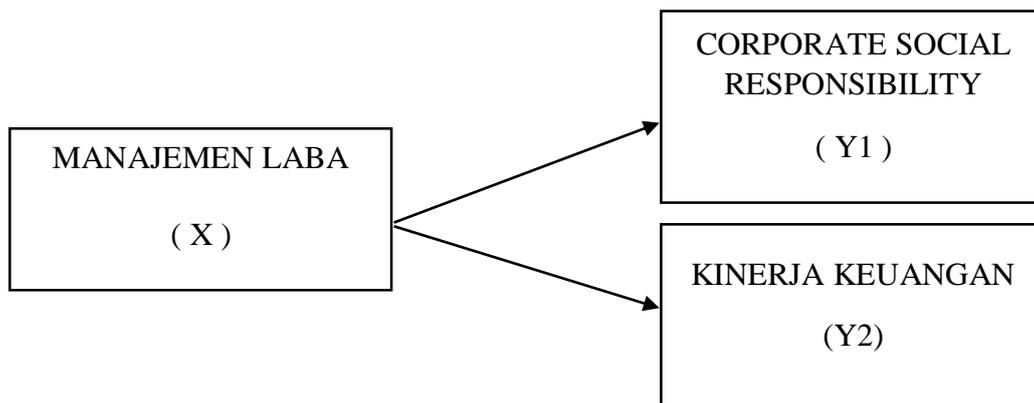
corporate social responsibility. Diperkuat dengan penelitian Kim *et al.* (2011) yaitu *corporate social responsibility* berpengaruh negatif pada manajemen laba. Penelitian terdahulu terkait pengaruh *earning management* terhadap nilai perusahaan menunjukkan hasil yang bervariasi (positif, negatif). Hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh manajemen laba terhadap kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang belum konsisten. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh manajemen laba terhadap kinerja perusahaan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Bukti empiris mengenai pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan maupun kinerja perusahaan menunjukkan hasil yang bervariasi (positif, negatif) sebagai berikut: Pertama, manajemen laba berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan seperti manajemen laba melalui aktivitas riil Challen dan Siregar (2012), akrual diskresioner (Siregar & Utama, 2008 dan Dyah, 2013), transaksi derivatif Huang *et al* (2009) dan Oktavia (2011). Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan melakukan manajemen laba dalam rangka meningkatkan nilai perusahaan. Dalam hal ini bahwa tindakan manajemen laba yang dilakukan manajemen dalam rangka efisiensi sehingga nilai perusahaan meningkat (Siregar & Utama, 2008). Kedua, manajemen laba berpengaruh negatif terhadap nilai perusahaan seperti Zhang *et al* (2007), dan Huang *et al* (2009).

Pengaruh negatif tersebut menandakan bahwa tindakan manajemen laba akan menurunkan nilai perusahaan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa manajemen laba melalui akrual diskresioner mudah dideteksi serta mengandung unsur subjektivitas dan manipulasi yang tinggi. Jadi, ketika akrual dinilai investor sebagai tindakan manipulasi manajemen maka investor tidak mempercayai apa yang telah dilakukan oleh manajemen, kondisi inilah yang menyebabkan nilai perusahaan Huang *et al* (2009).

### 2.3. Model Hipotesis Penelitian

Kerangka Pemikiran.

Berdasarkan uraian sebelumnya dan telaah pustaka, maka variabel yang terkait dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



Hipotesis yang dikembangkan adalah sebagai berikut:

H1: Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap *Corporate Social Responsibility*.

H2 : Manajemen Laba berpengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan.

## 2.4. MODEL TEORI

