BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Manajemen laba 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 kenaikkan atau penurunan profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Sedangkan *Corporate Social Responsibility* 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. Dan yang terakhir adalah kinerja keuangan perusahaan. yang dimaksud dengan Kinerja Keuangan Perusahaan adalah menurut Harmono (2014:23) dalam bukunya manajemen keuangan. Kinerja perusahaan umumnya diukur berdasarkan penghasilan bersih (laba) atau sebagai dasar bagi ukuran yang lain seperti imbalan investasi (*return on investment*) atau penghasilan per saham (*earnings per share*). Laporan keuangan merupakan sarana dalam mengkomunikasikan informasi keuangan terhadap pihak-pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan. Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan diharapkan dapat membantu kreditor dan investor dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan dana yang mereka investasikan. Laba merupakan salah satu parameter penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk menaksir kinerja manajer. Kecenderungan untuk lebih memperhatikan laba disadari oleh pihak manajemen, khususnya manajer yang kinerjanya dinilai berdasarkan informasi laba. Hal tersebut dapat menimbulkan perilaku menyimpang, salah satu bentuknya adalah manajemen laba. Manajemen laba berada di daerah abu-abu antara aktivitas yang diijinkan oleh prinsip akuntansi atau merupakan sebuah kecurangan. Laporan keuangan dapat disebut sebagai cerminan perilaku etis dan tanggung jawab sosial pribadi orang yang membuat laporan keuangan (Sulistyanto, 2008). Banyak manajer menganggap

praktik manajemen laba sebagai tindakan wajar dan etis serta merupakan alat sah bagi manajer dalam melaksanakan tanggung jawabnya untuk mendapatkan keuntungan atau return perusahaan (Fischer danRosenzweigh,1995). Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen).

Asumsi dalam teori keagenan yaitu masing-masing individu termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen. Pemilik perusahaan sebagai prinsipal mengadakan kontrak untuk memaksimumkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Konflik kepentingan antara manajemen dan pemilik perusahaan juga terjadi karena pemilik perusahaa tidak selalu dapat mengawasi aktivitas yang dilakukan manajer sehari-hari dan memastikan bahwa manajer bekerja sesuai dengan keinginan pemilik perusahaan. Pemilik perusahaan tidak mempunyai informasi yang cukup mengenai kinerja perusahaan, sedangkan manajer memiliki lebih banyak informasi mengenai perusahaan secara keseluruhan. Perbedaan informasi yang dimiliki dapat memberikan peluang bagi manajer untuk melakukan manajemen laba. penjualan, kapitalisasi pasar,jumlah tenaga kerja dan sebagainya (Hilmi dan Ali, 2008). Semakin besar nilai aktiva mengindikasikan semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan mengindikasikan semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar mengindikasikan semakin dikenal masyarakat. Penelitian ini menggunakan total aset sebagai proksi ukuran perusahaan, karena total aset relatif lebih stabil dibandingkan dengan ukuran lain dalam mengukur ukuran perusahaan (Sudarmadji dkk., 2007).

Penelitian Muliati (2011) serta Jao dan Pagalung (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan kecil,karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pemegang saham dan pihak luar. Namun, penelitian Rahmani dan Mir (2013) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap

manajemen laba. Perusahaan besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba,karena perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi investor atau pemegang sahamnya. 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).

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 perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi pengungkapan CSR. Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan CSR (Purwanto,2011). Tanggung jawab sosial dipengaruhi oleh ukuran perusahaan. Perusahaan besar cenderung mengungkapkan pertanggung jawaban sosial yang lebih luas. Perusahaan besar akan mengungkapkan lebih banyak informasi dari pada perusahaan kecil, karena perusahaan besar akan menghadapi resiko politis yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil (Kusumastuti, 2014). Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan dilakukan untuk mendapatkan nilai positif dan legitimasi dari masyarakat (Junitasari, 2015) Di sisi lain, pengungkapan aktivitas CSR dapat membatasi terjadinya tindakan manajemen laba. Tujuan perusahaan mengungkapkan banyak informasi tentang aktivitas CSR untuk membentuk profil organisasi yang lebih baik (Lanis dan Richardson, 2012).

Sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan praktik manipulasi laba karena tidak konsisten dengan tujuan pembentukan profil perusahaan.

Praktek kecurangan seperti manajemen laba dapat menghapus pengaruh positif dari melakukan aktivitas CSR. Penelitian Nur dan Priantinah (2012) dan Sari (2012) berhasil membuktikan adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR, namun penelitian Hackston dan Milne (1996), Kamil dan Herusetya (2012) dan Purnasiwi (2011) tidak menemukan adanya hubungan antara profitabilitas dengan pengungkapan CSR. Berdasarkan uraian tersebut, maka dirumuskan hipotesis penelitian, yaitu kinerja keuangan berpengaruh pada pengungkapan CSR (H2). Dalam menjalankan suatu bisnis, perusahaan tentunya memiliki tanggung jawab bagi pemangku kepentingannya, baik itu dari pihak internal maupun pihak eksternal. Pemangku kepentingan yang dapat terlibat dalam suatu bisnis yaitu pemilik atau pemegang saham, kreditor, karyawan, pemasok (*supplier*), konsumen, komunitas, serta lingkungannya itu sendiri. Tanggung jawab yang dilakukan perusahaan ini merupakan tanggung jawab sosial dengan melihat seberapa besar kesadaran perusahaan mengenai bagaimana keputusan bisnisnya dapat mempengaruhi masyarakat (Madura, 2009). Tanggung jawab sosial atau yang dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), pada kenyataannya lebih berorientasi pada masyarakat dan bisnis. Perusahaan yang selalu menargetkan profit terhadap bisnisnya apakah dapat pula memberikan tanggung jawab atas hak masyarakat umum, mengingat besarnya pengaruh bisnis yang dilakukan. Menurut Marhun dalam Sueb (2001), apabila perusahaan tidak memperhatikan seluruh faktor yang mengelilinginya, mulai dari karyawan, konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai satu kesatuan yang saling mendukung suatu sistem, maka tindakan itu akan mengakhiri eksistensi perusahaan itu sendiri. Tanggung jawab sosial ini dapat diartikan sebagai komitmen industri untuk mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan dalam aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya. Dampak sosial perusahaan tergantung pada jenis atau karakteristik perusahaan.

Dalam laporan tahunan perusahaan, *corporate social responsibility* ini tentunya menjadi salah satu strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan labanya. Laba merupakan salah satu indikator yang terdapat pada laporan keuangan perusahaan yang digunakan para investor untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, kualitas laba yang baik sangatlah dibutuhkan para investor atau pemegang saham. Jika investor atau pihak lainnya tidak percaya pada angkaangka yang dilaporkan dalam laporan keuangan, maka pasar modal akan rusak (Kieso *et al.*, 2007). Pihak manajemen dalam perusahaan juga dapat memberikan kebijakan dalam penyusunan laporan keuangan untuk mencapai tujuan tertentu. Hal ini dikarenakan proses penyusunan laporan keuangan dipengaruhi oleh faktor - faktor tertentu yang dapat menentukan kualitas laporan keuangan. Scott (2003) mengatakan bahwa pilihan kebijakan akuntansi yang dilakukan manajer untuk tujuan tertentu itulah yang disebut dengan manajemen laba. Manajemen laba ini memberikan fleksibilitas bagi manajer untuk melindungi diri maupun perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Watt dan Zimmerman (1978) dalam Dianita (2010) menetapkan manajemen laba sebagai tindakan manajer dalam menggunakan kebijakan akuntansi terhadap pelaporan angka-angka akuntansi yang tidak sesuai dengan kondisi ekonomi perusahaan yang sebenarnya dan menyesatkan pihak investor dalam mengambil keputusan ekonomi dengan adanya angka laba tersebut.

Menurut Scott (2003), banyak penyebab yang membuat pihak manajer melakukan manajemen laba, salah satunya yaitu manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonus yang diperolehnya. Selain itu, manajer dapat juga mengurangi laba bersih yang dilaporkan agar nilai pembayaran pajak yang lebih kecil. Adanya aktivitas tanggung jawab sosial ini dapat membuat pihak manajemen yang berada dalam perusahaan lebih leluasa untuk melakukan praktik manajemen laba, karena dengan dilakukannya kegiatan CSR akan membuat respon positif dimata investor maupun masyarakat sehingga dapat menutupi kecurangan-kecurangan yang telah dilakukan pihak manajer. 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.

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Apakah manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.2.2 Apakah manajemen laba berpengaruh terhadap kinerja keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

1.3.1 Menjelaskan apakah manajemen laba berpengaruh terhadap *Corporate Social Responsibility*.

1.3.2 Menjelaskan apakah manajemen laba berpengaruh terhadap kinerja keuangan.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini yaitu: seberapa besar pengaruh manajemen laba terhadap CSR dan kinerja keuangan suatu perusahaan, bagaimana manejemen laba diukur dan metode apa saja yang dipakai untuk mengukur CSR dan kinerja keuangan suatu perusahaan dan variabel apa saja yang terkait didalammnya. Selain itu,seorang peneliti juga dapat menunjukkan apakah manajemen laba berpengaruh positif / negatif terhadap CSR dan kinerja keuangan.