

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Laporan keuangan adalah suatu alat yang dapat menyampaikan pesan atau informasi sosial suatu perusahaan kepada para *stakeholder* untuk pengambilan keputusan investasi. Informasi tersebut mampu menjadi alat bantu bagi para investor/kreditor saat menentukan keputusan investasi dengan dana yang mereka miliki. Perolehan laba adalah satu dari beberapa parameter yang sangat urgen pada *financial report* perusahaan dalam memprediksi kinerja perusahaan. Informasi laba menjadi dasar utama penentuan keputusan oleh pihak manajer untuk selalu diperhatikan perubahannya. Namun terkadang pihak manajemen mempunyai tindakan yang tidak sesuai dengan an tujuan perusahaan sehingga dapat menjadikan adanya manajemen laba.

Manajemen laba ada di antara dua sisi yaitu sebuah kecurangan aktivitas yang diperbolehkan oleh prinsip akuntansi. Penyusunan laporan keuangan merupakan tanggung jawab sosial yang bersifat pribadi dan tindakan etis dari manajemen perusahaan (Sulistiyanto, 2008). Manajemen laba sering dianggap oleh sebagian besar manajer perusahaan di Indonesia sebagai perbuatan yang diijinkan dan tidak bertentangan dengan PABU.

Pihak yang menentang adanya praktik manajemen laba menyatakan jika manajemen adalah tindakan yang bersifat kontroversi di dunia bisnis dan akuntansi. Pengaruh negatif dibawa oleh manajemen laba karena informasi yang

ada pada laporan keuangan cenderung menyesatkan penggunaannya. Menurut Schipper (1989), manajemen laba dapat diartikan sebagai bentuk keterlibatan manajemen perusahaan saat menyusun laporan keuangan untuk meningkatkan kesejahteraan pribadi. Tindakan manajemen laba dapat praktikkan melalui kebijakan akuntansi atau metode yang dipilih manajemen dalam rangka memfluktuasikan perolehan laba perusahaan. Untuk menaikkan laba, pihak manajemen akan melakukan penggeseran laba pada periode berikutnya ke periode saat ini sedangkan untuk menurunkan laba, pihak manajemen akan melakukan penggeseran laba pada periode saat ini ke periode berikutnya. Manajemen laba adalah suatu bentuk rekayasa akuntansi untuk memperlihatkan kesan bahwa kondisi keuangan lebih baik dari kondisi sesungguhnya (Mulford dan Comiskey, 2010).

Masalah keagenan menjadi sumber penyebab adanya manajemen laba dikarenakan tidak selarasnya kepentingan *agent* (manajemen) dengan *Principal* (pemilik perusahaan). Pada teori keagenan, diasumsikan bahwa setiap orang dapat terdorong untuk lebih mengutamakan kepentingan pribadi sehingga dapat menciptakan konflik perbandingan antara agen dan prinsipal. Prinsipal mengadakan perjanjian tertulis dengan para agen untuk dapat melakukan peningkatan kemakmuran bagi dirinya dengan indikasi adanya peningkatan pada profitabilitas perusahaan. Para agen juga terdorong untuk melakukan peningkatan atas kebutuhan psikologi dan ekonominya seperti kompensasi kontrak, pinjaman, ataupun investasi. Konflik kepentingan yang terjadi pada bursa dikarenakan pemilik perusahaan tidak setiap hari melakukan pengawasan terhadap manajemen perusahaan dan hanya memastikan jika keinginan pemilik perusahaan telah dapat

dilaksanakan dengan baik. Informasi yang detail tentang kinerja perusahaan tidak dimiliki oleh pemilik perusahaan. Hal tersebut berbanding terbalik dengan manajemen perusahaan yang mengetahui seluk beluk perusahaan secara menyeluruh. Kuantitas informasi yang berbeda antar ke dua belah pihak mengakibatkan timbulnya kesempatan yang dimanfaatkan oleh manajer untuk merekayasa perolehan laba perusahaan.

Faktor-faktor yang dapat memberikan pengaruh pada manajemen laba, salah satunya adalah ukuran perusahaan, yaitu suatu nilai yang menyatakan tingkatan besar kecilnya perusahaan yang terlihat dari jumlah tenaga kerja, kapitalisasi pasar, jumlah penjualan, jumlah aktiva, dan lain-lain (Hilmi dan Ali, 2008). Besarnya nilai aktiva menandakan jika modal yang diinvestasikan juga banyak. Banyaknya jumlah penjualan menandakan jika uang yang berputar juga banyak. Besarnya kapitalisasi pasar menandakan jika perusahaan telah sangat dikenal di masyarakat luas. Penelitian ini mempergunakan proksi ukuran perusahaan berupa total aset disebabkan nilainya lebih relatif stabil dari pada proksi lainnya (Sudarmadji dkk., 2007).

Saat melaksanakan aktivitas usaha, perusahaan tidak hanya melakukan operasionalnya demi kepentingan perusahaan saja, namun juga harus dapat bermanfaat bagi para pemangku kepentingan (*stakeholder*). Misalnya, analis, masyarakat, pemerintah, supplier, konsumen, kreditor, pemegang saham, dan lain-lain. CSR (*Corporate Social Responsibility*) adalah komitmen yang dimiliki oleh perusahaan terhadap para pemangku kepentingan saat harus bertanggung jawab atas dampak dari operasional perusahaan. CSR adalah suatu bentuk komunikasi atas dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan usaha suatu

perusahaan pada kepentingan komunitas dan masyarakat secara luas (Hackston dan Milne, 1996). Perusahaan merupakan anggota dari komunitas dan lingkungan itu sendiri. Aktivitas perusahaan sangat memberikan dampak pada masyarakat sekitar yang menjadikan semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan akan dikembalikan kepada masyarakat di sekitar lingkungan perusahaan. Oleh sebab itu, agar perusahaan mampu melaksanakan operasionalnya dengan baik, manajemen perusahaan memerlukan lingkungan masyarakat kondusif yang memberikan dukungan atas eksistensi perusahaan.

Penelitian Jao dan Pagalung (2011) menyimpulkan jika manajemen laba dipengaruhi oleh ukuran perusahaan secara negatif. Perusahaan besar memiliki motivasi yang kurang untuk mempraktikkan manajemen laba dari pada perusahaan kecil. Hal tersebut dikarenakan pihak luar dan investor lebih memerhatikan perusahaan besar. Tetapi, Rahmani dan Mir (2013) menyimpulkan jika manajemen laba dipengaruhi oleh ukuran perusahaan secara positif. Insentif yang diperlukan oleh perusahaan besar untuk melakukan manajemen laba sangatlah signifikan. Hal tersebut dikarenakan perusahaan besar diharuskan dapat memenuhi harapan para investor.

Ukuran perusahaan juga menjadi bagian dari beberapa faktor memengaruhi pengungkapan CSR. Pada penelitian Sutikno et al (2014) disebutkan jika pengungkapan CSR dipengaruhi oleh ukuran perusahaan secara signifikan. Tanggung jawab sosial yang lebih luas dimiliki oleh perusahaan yang besar. Informasi yang diungkapkan oleh perusahaan besar juga akan memiliki kuantitas yang lebih banyak daripada perusahaan kecil, sebab risiko politis yang akan dihadapi oleh perusahaan sebanding dengan ukuran perusahaan tersebut.

Untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat dan nilai positif maka perusahaan harus dapat melakukan pengungkapan CSR.

Di lain pihak, kegiatan CSR yang diungkapkan dapat mengurangi terjadinya praktik manajemen laba. Menurut (Lanis dan Richardson (2012), tujuan pengungkapan CSR harga untuk menciptakan profil bisnis yang lebih baik dari periode sebelumnya. hal tersebut menjadikan perusahaan lebih memiliki sikap kehati-hatian saat mempraktikkan manajemen laba sebab bila hasilnya tidak konsisten maka profil perusahaan juga gagal dibentuk. Tindakan curang yang berbentuk manajemen laba menyebabkan terhapusnya pengaruh positif tindakan CSR yang sudah dilakukan.

Sejumlah penelitian terdahulu ditemukan hasil yang tidak konsisten. Pada penelitian Gunawan et. al. (2014) menyimpulkan jika manajemen laba cenderung dilaksanakan oleh perusahaan dengan CSR yang memiliki rating tinggi. Alasannya bersifat strategis, di mana pelaporan kegiatan CSR menjadi tameng bagi perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Adanya pelaporan CSR dan nilai investasi yang meningkat tidak dapat menjadi acuan untuk memberikan kesimpulan bahwa laporan keuangan perusahaan tersebut lebih memiliki kualitas yang tinggi. Penelitian Prasetya dan Gayatri (2016) menyimpulkan jika manajemen laba dapat dibatasi oleh pengungkapan CSR yang lebih banyak. Kuatnya komitmen perusahaan atas tanggung jawab sosial agar dapat memperoleh legitimasi dari masyarakat akan operasional perusahaan yang sesuai dengan norma dan etika yang ada, secara etika mampu mengurangi praktik curang tersebut.

Berdasarkan hasil yang tidak konsisten tersebut, peneliti termotivasi untuk meneliti ulang atas implikasi pengaruh ukuran perusahaan dan pelaksanaan CSR atas praktik manajemen laba. Riset ini adalah replikasi dari penelitian Prasetya dan Gayatri (2016). Penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu adanya penambahan variabel profitabilitas sebagai variabel bebas karena peneliti ingin mengetahui apakah profitabilitas memengaruhi praktik manajemen laba. Profitabilitas merupakan tingkatan laba bersih yang didapat dari operasional perusahaan. Jika dikaitkan dengan manajemen laba, profitabilitas bisa memengaruhi manajemen perusahaan untuk mempraktikkan manajemen laba. Rendahnya profitabilitas akan memaksa para manajer untuk mempraktikkan manajemen laba agar dapat memperbaiki kinerja yang telah dilakukannya di mata investor. Hari ini dilakukan demi menimbulkan kesan kinerja yang baik dari perusahaan kalau mau dibuat. Archibalt dalam Herni dan Susanto (2008) mengemukakan jika perusahaan dengan profitabilitas rendah memiliki kecenderungan untuk mempraktikkan manajemen laba dalam bentuk perataan laba. Hal tersebut dilakukan oleh manajer perusahaan dikarenakan perusahaan menderita kerugian atau perolehan laba yang cukup rendah, di mana akan menambah citra buruk kinerja manajemen perusahaan di mata investor dan di mata publik. Sampel yang dipergunakan pada penelitian ini adalah perusahaan yang terdaftar di BEI pada periode 2014 sampai 2016.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasar pada paparan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini antara lain:

- a. Apakah ukuran perusahaan memengaruhi pengungkapan CSR ?
- b. Apakah profitabilitas perusahaan memengaruhi pengungkapan CSR ?
- c. Apakah pengungkapan CSR memengaruhi manajemen laba ?
- d. Apakah ukuran perusahaan memengaruhi manajemen laba melalui pengungkapan CSR ?
- e. Apakah profitabilitas perusahaan memengaruhi manajemen laba melalui pengungkapan CSR ?

### **1.3. Tujuan**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh-pengaruh berikut:

- a. Pengaruh ukuran perusahaan pada pengungkapan CSR;
- b. Pengaruh profitabilitas perusahaan pada pengungkapan CSR;
- c. Pengaruh pengungkapan CSR pada manajemen laba;
- d. Pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR
- e. Pengaruh profitabilitas perusahaan pada manajemen laba melalui pengungkapan CSR

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini antara lain:

- a. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan bisa memberi pengetahuan dan pengembangan akademisi mengenai ilmu akuntansi khususnya di sektor publik yang terkait

dengan tindakan manajemen laba di perusahaan manufaktur dan mampu menjadi referensi bagi penelitian mendatang .

b. Manfaat praktik

Bagi para pengguna informasi (karyawan, kreditur, manajer, pemegang saham) dapat memahami mekanisme untuk meminimalkan tindakan manajemen laba pada perusahaan sebagai acuan dalam pengambilan keputusan yang bijaksana dan tepat.