

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam menjalankan sebuah usaha atau bisnis sebuah perusahaan tentunya memiliki tanggung jawab kepada para pemangku kepentingan, baik pihak internal maupun pihak eksternal. Pemangku kepentingan yang terlibat disebuah bisnis ini sendiri 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 lebih dikenal dengan istilah *Corporate Social Responsibility* (CSR), pada saat ini cenderung berorientasi kepada masyarakat dan bisnis. Pada dasarnya perusahaan selalu menargetkan profit terhadap bisnisnya, namun apakah dapat pula memberikan tanggung jawab atas hak masyarakat umum mengingat besarnya pengaruh bisnis yang dilakukan. Tanggung jawab sosial 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. Karakteristik operasi perusahaan yang menghasilkan dampak sosial yang tinggi akan menuntut pemenuhan tanggung jawab sosial yang tinggi pula, dan begitu pula sebaliknya. Pelaksanaan tanggung jawab sosial akan disosialisasikan kepada publik melalui pengungkapan sosial dalam laporan tahunan (Yap dan Widyaningdyah, 2009). Pendukung *Corporate Social Responsibility* menyarankan perusahaan sebaiknya terlibat dalam aktivitas tanggung jawab sosial yang memberikan berbagai manfaat bagi pemangku kepentingan (Kim, Park, dan Wier, 2012).

Tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah (Yap dan Widyaningsih, 2009).

Tanggung jawab sosial ini memang sengaja dilakukan oleh pihak perusahaan secara sukarela/komitmen untuk membangun citra positif dimasyarakat pada awalnya. Namun saat ini bukan lagi bersifat sukarela/komitmen yang dilakukan perusahaan didalam mempertanggungjawabkan kegiatan perusahaannya, melainkan bersifat wajib atau menjadi kewajiban bagi beberapa perusahaan untuk melakukan atau menerapkannya. Hal ini diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas (UU PT), yang disahkan pada 20 Juli 2007.

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 angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan, maka pasar modal akan rusak (Kieso, Donaldad, Jerry, dan Terry 2007).

Secara singkat manajemen laba didefinisikan sebagai praktik untuk mengubah kinerja keuangan perusahaan yang sesungguhnya (Klien, 2002). 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 bisnis. Di sisi lain pengungkapan kegiatan tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan membuat informasi keuangan yang terdapat pada laporan keuangan lebih jelas dan transparan. Menurut Kim, Park, dan Wier (2012), *Corporate Social Responsibility* merupakan pelaporan dari aktivitas tanggung jawab sosial yang umum bagi investor, pelanggan, dan pihak stakeholder lainnya untuk menuntut transparansi yang lebih besar mengenai semua aspek bisnis. Laporan tahunan menjadi lebih akurat dan terpercaya bagi investor maupun pihak yang menggunakan laporan tersebut dalam hal pengambilan keputusan. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial yang mengeluarkan usaha dan sumber daya dalam memilih dan menerapkan praktik *Corporate Social Responsibility*

untuk memenuhi harapan para pemegang saham maupun para pemangku kepentingan dalam masyarakat, cenderung membatasi penggunaan manajemen labanya sehingga memberikan investor informasi keuangan yang lebih transparan dan dapat diandalkan.

Selain pengungkapan *corporate social responsibility* ada beberapa faktor yang mempengaruhi manajemen laba diantaranya adalah *leverage*, *growth*, dan ROA. Menurut Fauziyah, Nuriyatun. (2014) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Dalam penelitian Annisa A. A dan Hapto D. (2017) *growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Astari dan Suryanawa (2017) dan Nurminda (2017) menyebutkan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan rasio profitabilitas yaitu ROA berpengaruh positif pada manajemen laba.

Penelitian mengenai hubungan antara *corporate social responsibility* (CSR) dan manajemen laba ini pertama kali dieksplorasi oleh Chih, Shen, dan Kang (2008) serta Prior, Surroca, dan Tribo (2008). Penelitian yang dilakukan Prior, Surroca, dan Tribo (2008) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara praktik manajemen laba (*earnings management*) dengan *corporate social responsibility*. Sedangkan Chih, Shen, Kang (2008) menemukan adanya hubungan negatif antara CSR dengan manajemen laba, ketika manajemen laba diproksikan dengan perataan laba (*income smoothing*). Putri (2012) dan Palguna Putra (2013) juga membuktikan adanya hubungan negatif dan signifikan antara pengungkapan CSR terhadap manajemen laba.

Menurut Nastiti (2010), dan Fan (2013) menemukan bahwa terdapat pengaruh negatif dan tidak signifikan antara CSR dan manajemen laba. Menurut Nastiti (2010), penerapan CSR di Indonesia tidak menjamin lebih sedikitnya praktik manajemen laba yang dilakukan, hal ini disebabkan adanya perbedaan cara pandang dan budaya masyarakat, serta supremasi hukum yang belum sempurna. Yip *et al.* (2011) menemukan adanya hubungan negatif yang signifikan antara CSR dan manajemen laba pada perusahaan minyak dan gas, serta adanya hubungan positif dan signifikan pada perusahaan pangan. Makni Gargouri *et al.* (2010) menemukan adanya hubungan positif antar kinerja sosial perusahaan dengan manajemen laba. Patten *et al.* (2003) menemukan adanya hubungan positif dan signifikan antara pengungkapan lingkungan dan manajemen laba.

Penelitian ini mengacu kepada penelitian yang dilakukan oleh Kim, Park, dan Wier (2012) yang meneliti keterkaitan antara tanggung jawab sosial dan kualitas laba yang diukur melalui manajemen laba. Sama halnya dengan penelitian Chih *et al.* (2008), penelitian Kim *et al.* (2012) juga menemukan adanya hubungan negatif antara *corporate social responsibility* dengan manajemen laba. Penelitian ini sendiri memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kim *et al.* (2012). Pada penelitian Kim *et al.* (2012). *Corporate social responsibility* sebagai variabel independen diukur melalui kinerja CSR dengan menggunakan CSR Scores berdasarkan informasi dari *KLD Research & Analytic*, yang pada penelitian ini CSR diukur menggunakan pengungkapan CSR dengan menggunakan CSR Index yang

pengungkapannya disyaratkan pada GRI (*Globa Reporting Iitiative*). Sedangkan manajemen laba sebagai variabel dependen diukur menggunakan *discretionary accrual*, *real activities manipulation*, dan *Accounting and Auditing Enforcement Releases* (AAERs), yang pada penelitian ini diukur dengan menggunakan *discretionary accrual*. Proksi *Accounting and Auditing Enforcement Releases* (AAERs) tidak digunakan pada penelitian ini dikarenakan AAERs merupakan aturan yang berada di Amerika untuk mengidentifikasi perusahaan yang menjadi subjek dari tindakan paksaan SEC atas pelanggaran GAAP.

Seluruh jenis industri baik secara langsung atau tidak langsung akan memberikan dampak pada lingkungan, namun dengan tingkat yang berbeda-beda. Transportasi merupakan faktor utama untuk menunjang berkembangnya sistem ekonomi global, dimana transportasi berperan penting untuk menjagkau wilayah ekonomi satu dan lainya. Namun industri pada bidang transportasi telah mengakibatkan tingkat motorisasi dan kemacetan tumbuh. Akibatnya, sektor transportasi menjadi semakin terkait dengan masalah lingkungan dan sosial. Selain itu industri transportasi termasuk dalam industri *high profile* yang memiliki visibilitas dari para pemangku kepentingan, risiko politis yang tinggi, dan menghadapi persaingan yang ketat. Industri *high profile* umumnya akan memperoleh sorotan yang lebih dari masyarakat, karena aktivitas operasinya memiliki potensi bersinggungan dengan kepentingan luas. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan perusahaan transportasi sebagai objek penelitian.

Uraian diatas kemudian menjadi latar belakang penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH PENGUNGKAPAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, LEVERAGE, GROWTH* DAN *RETURN ON ASSETS* TERHADAP MANAJEMEN LABA”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat dirumuskan permasalahan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh perusahaan yang mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) terhadap manajemen laba?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah *Growth* berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah ROA berpengaruh terhadap manajemen laba?

1.3 Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam penelitian tidak terlalu luas dan lebih terarah, maka peneliti membatasi masalah sebagai berikut:

1. Penulis hanya menggunakan proksi *discretionary accrual* saja untuk mengukur manajemen laba sebagai variabel dependen.
2. Variabel independen pada penelitian ini yaitu CSR, *Leverage*, *Growth*, dan ROA

3. Penulis menggunakan *Global Reporting Initiative* (GRI) sebagai *Corporate Social Responsibility Index* (CSRI) untuk mengukur variabel independen CSR.
4. Penelitian ini mengambil sampel dari perusahaan yang mempublikasikan laporan tahunan lengkap melalui situs Bursa Efek Indonesia (BEI) dan *website* perusahaan terkait periode tahun 2015-2017.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dengan perumusan masalah, penelitian ini dilakukan untuk :

1. Mengetahui apakah ada pengaruh perusahaan yang mengungkapkan kegiatan tanggung jawab sosial (*corporate social responsibility*) terhadap manajemen laba.
2. Mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.
3. Mengetahui apakah *growth* berpengaruh terhadap manajemen laba.
4. Mengetahui apakah ROA berpengaruh terhadap manajemen laba.

1.5 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut:

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam upaya pengembangan teori terutama yang menyangkut masalah tanggung jawab sosial dan manajemen laba.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi kepada pihak manajemen yang melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial untuk diungkapkan dalam laporan tahunan agar menghasilkan laporan keuangan dan laporan non keuangan yang berkualitas tinggi.

3. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada pihak investor dan kreditur agar dapat memberikan informasi keuangan yang akurat dan transparan dari informasi yang kurang dapat diandalkan. Selain itu, dapat menjadi dasar bagi investor untuk selalu memperhatikan setiap kebijakan yang dibuat manajemen terutama terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang penelitian dilakukan, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Bab ini menjelaskan mengenai landasan teori yang mendasari dilakukannya penelitian ini, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti serta menjadi acuan penulis

dalam penelitian ini, kerangka pemikiran teoritis dan hipotesis yang akan diuji.

BAB III : Metode Penelitian

Berisi penjelasan mengenai metode penelitian yang digunakan. Dijelaskan juga mengenai populasi, sampel, dan teknik penyempelan, definisi operasional variabel penelitian serta metode analisis data.

BAB IV : Analisis Data dan Pembahasan

Membahas tentang hasil analisis data yang meliputi uji statistik berupa uji asumsi klasik. Dilanjutkan dengan hasil pengujian hipotesis dan pembahasannya.

BAB V : Penutup

Menjabarkan kesimpulan, implikasi penelitian, keterbatasan penelitian, dan saran untuk penelitian selanjutnya.