

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teori keagenan atau *agency teori* lahir pada tahun 1976 oleh Michael C. Jensen dan William H. Meckling. Awal munculnya teori keagenan karena adanya suatu badan usaha yang memisahkan secara jelas antara kepemilikan perusahaan dengan kontrol atau antara pemilik perusahaan (*principal*) dengan pihak manajemen (*agent*) (Destriana, 2015). Pemilik perusahaan pada umumnya membutuhkan pihak manajemen untuk mengelola dan melakukan segala kegiatan perusahaannya. Untuk mengetahui kondisi perusahaannya, *principal* membutuhkan informasi dari pihak management (*agent*) mengenai aktivitas perusahaan dan aktivitas manajemen dalam hal pengoprasian dana yang di investasikan dalam perusahaan. Hubungan antara *principal* dan *agent* inilah yang sering disebut para ahli dengan sebutan hubungan keagenan (Irwansyah et al., 2020).

Menurut Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan sebagai sebuah kontrak dimana satu atau lebih prinsipal (pemilik) menyewa orang lain (*agent*) untuk melakukan beberapa jasa untuk kepentingan mereka dengan mendelegasikan beberapa wewenang untuk membuat keputusan kepada agen (Destriana, 2015). Agen dan prinsipal akan memiliki hubungan kerja yang baik, dan agen akan beroperasi untuk kepentingan terbaik prinsipal, apabila kedua belah pihak yaitu *principal* dan *agent* memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memaksimalkan nilai perusahaan (Jeconiah & Hastuti,

2020). Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Oleh sebab itu pihak manajemen harus mempertanggung jawabkan semua pekerjaannya kepada pemegang saham. Selain itu, manajemen yang telah diberi wewenang untuk membuat pilihan harus secara sadar berperilaku sesuai dengan kepentingan terbaik untuk prinsipal. (Jeconiah & Hastuti, 2020).

Unit analisis dalam teori keagenan adalah kontrak yang melandasi hubungan antara prinsipal dan agen, maka fokus dari teori ini adalah pada penentuan kontrak yang paling efisien yang mendasari hubungan antara prinsipal dan agen (Zulfajrin et al., 2022). Kontrak antara principal dan agent dapat dikatakan efisien bila dapat memenuhi dua faktor, yaitu (1) Agen dan prinsipal memiliki informasi yang simetris artinya baik agen maupun majikan memiliki kualitas dan jumlah informasi yang sama sehingga tidak terdapat informasi tersembunyi yang dapat digunakan untuk keuntungan dirinya sendiri, dan (2) Risiko yang dipikul agen berkaitan dengan imbal jasanya adalah kecil yang berarti agen mempunyai kepastian yang tinggi mengenai imbalan yang diterimanya (Zulfajrin et al., 2022). Namun, dalam pelaksanaannya informasi simetris tidak dapat terwujud karena agen memiliki informasi yang lebih baik mengenai informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan principal (Ramadhani et al., 2021).

Manajer berkewajiban memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada principal melalui pengungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Akan tetapi informasi yang disampaikan terkadang diterima tidak sesuai dengan kondisi perusahaan sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi

(*information asymmetric*). Asimetri informasi terjadi karena manajer lebih dominan dalam menguasai informasi dibanding pihak lain (Manggau, 2016).

Asimetri informasi menyebabkan terjadinya perbedaan pendapat, dimana informasi akuntansi yang menjadi wujud pertanggungjawaban manajer menjadi sumber informasi utama dalam pengambilan keputusan. Padahal informasi finansial perusahaan digunakan oleh para stakeholder sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan kondisi perusahaan, sehingga akan menghasilkan keputusan yang tepat. Namun karena terjadinya asimetri informasi para stakeholder bisa salah dalam mengambil suatu keputusan (Yando & Lubis, 2018).

Selain itu asimetri informasi menyebabkan terjadinya suatu konflik yaitu konflik kepentingan (*agency conflict*). Sebagai agen, manajer bertanggung jawab untuk mengoptimalkan laba para pemilik (*prinsipal*). Namun dilain pihak, manajer juga mempunyai kepentingan untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka (Zulfajrin et al., 2022). Hal ini diperkuat oleh pendapat Eisenhardt (1989) yang menyatakan bahwa teori keagenan menggunakan 3 asumsi, yaitu: 1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri 2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa depan 3. Manusia selalu menghindari risiko. Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia yang disebutkan tersebut menimbulkan keraguan apakah informasi yang disampaikan reliabilitas dan dapat dipercaya atau tidak.

Metode manajemen laba disebabkan oleh konflik kepentingan yang dihadapi para manajer. Manajemen laba menghasilkan perilaku yang tidak etis dan tidak jelas. Manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memperbaiki informasi-informasi dalam laporan keuangan

dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mempengaruhi kinerja dan kondisi perusahaan (Marlisa & Fuadati, 2016).

Manajemen laba merupakan manipulasi yang paling aman karena kegiatan manajemen laba merupakan hal yang legal dan tidak melanggar Prinsip Akuntansi Diterima Umum (PABU). Tindakan manajemen berupa praktik manajemen laba akan menyesatkan stakeholders terhadap penilaian aset, transaksi, dan posisi keuangan, yang mempunyai konsekuensi yang serius terhadap pemegang saham, kreditor, karyawan, dan masyarakat secara keseluruhan. Manajemen laba, atau penggunaan teknik akuntansi tertentu untuk menghasilkan laporan keuangan yang sesuai dengan kebutuhan investor atau keinginan manajer, dapat menghasilkan laporan keuangan yang bias. (Khoiri et al., 2022).

Manajemen laba ada dua jenis yaitu manajemen laba berbasis akrual dan manajemen laba berbasis riil. Penelitian ini menggunakan proksi manajemen laba riil. Manajemen laba riil adalah tindakan manajemen yang menyimpang dari praktek bisnis yang normal yang dilakukan dengan tujuan utama untuk mencapai target laba. Manipulasi aktivitas riil seperti memberi diskon harga, penurunan beban diskresioner serta produksi dalam jumlah yang besar (Ningsih, 2017). Manipulasi aktivitas riil dapat dideteksi dengan tiga cara yaitu dengan cara manipulasi arus kas kegiatan operasi (*Cash Flow of Operation*), biaya produksi (*Production Cost*), dan biaya diskresioner (*Discretionary Expense*)(Sugiarta Sanjaya, 2016).

Tindakan manajemen laba (*earnings management*) telah memunculkan beberapa kasus skandal pelaporan akuntansi. Salah satu fakta di lapangan terjadinya fenomena praktik manajemen laba di perusahaan manufaktur yang

dimuat dalam berita [cnbcindonesia.com \(https://tinyurl.com/yc3p5r2a\)](https://tinyurl.com/yc3p5r2a) pada 03 Juli 2020 menyatakan bahwa PT Tiga Pilar Sejahtera memiliki laba bersih entitas induk sepanjang 2019 sebesar Rp 1,13 triliun, padahal di Desember 2018 masih merugi Rp 123,43 miliar. Berdasarkan laporan keuangan audit yang disampaikan ke BEI, pendapatan neto AISA turun menjadi Rp 1,51 triliun dari tahun 2018 sebesar Rp 1,58 triliun. Beban pokok penjualan berkurang menjadi Rp 1,06 triliun dari sebelumnya Rp 1,12 triliun. Jika dilihat dari laporan keuangan tersebut, AISA ternyata mendapatkan penghasilan lainnya sebesar Rp 1,9 miliar dari sebelumnya penghasilan lainnya Rp 18,11 miliar, sehingga membuat laba usaha perusahaan melonjak menjadi Rp 1,49 miliar dari rugi usaha Rp 9,25 miliar. Informasi terkini atas kasus ini yaitu pada tanggal 5 Agustus 2021, Direksi PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (Joko Mogoginta, dan Budhi Istanto) divonis hukuman penjara selama empat tahun dan denda Rp 2 miliar subsidi tiga bulan penjara. Dari kasus yang telah disebutkan maka penelitian mengenai praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur masih relevan untuk diteliti saat ini karena masih terdapat praktik manajemen laba di perusahaan manufaktur.

Perusahaan memiliki tanggung jawab kepada lingkungan dan pemangku kepentingan dalam menjalankan bisnisnya. Pemangku kepentingan adalah individu atau kelompok yang memiliki potensi untuk mempengaruhi atau dipengaruhi oleh berbagai pilihan, kebijakan, dan operasi perusahaan (Siahaan, 2022). Pemilik, kreditor, karyawan, pemasok, konsumen, pelanggan pemerintah, dan masyarakat dapat menjadi pemangku kepentingan dalam bisnis. Tanggung jawab yang dilakukan perusahaan ini yaitu tanggung jawab sosial (*Corporate Social Responsibility*) yang mengintegrasikan perhatian

terhadap lingkungan, sosial, dan interaksi pada stakeholders kedalam operasinya (Machmud, 2015).

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah tanggung jawab suatu organisasi atas dampak keputusan dan kegiatannya terhadap masyarakat dan lingkungan hidup. Hal ini diwujudkan melalui perilaku yang transparan dan etis yang memberi kontribusi ke pembangunan berkelanjutan, termasuk kesehatan dan kesejahteraan masyarakat dan mempertimbangkan harapan-harapan stakeholders (Retnaningsih, 2015). CSR dilakukan sejalan dengan ketaatan terhadap hukum yang berlaku dan sesuai dengan standar perilaku internasional yang diintegrasikan ke seluruh sendi organisasi dan dilaksanakan dalam kaitan dengan semua itu. *Corporate Social Responsibility* dianggap semakin mengambil peran penting dengan adanya pergeseran konsep profit yang mulai mengarah pada konsep triple bottom line (profit, planet, dan people) dan semakin masuk ke mainstream etika bisnis (Lungguran, 2022).

Corporate Social Responsibility mendapat perhatian dari pemerintah Indonesia dengan diterbitkannya Undang-Undang Nomor 40 tahun 2007 dan Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 yang mewajibkan setiap perusahaan melaksanakan tanggung jawab sosial. UU No. 40 tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas menyebutkan bahwa perusahaan wajib untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosial dalam laporan tahunan. Undang-Undang Nomor 25 tahun 2007 tentang penanaman modal juga menyebutkan bahwa setiap penanaman modal wajib untuk melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan (Undang Undang Republik Indonesia, 2007).

Pengungkapan wajib (Mandatory disclosure) merupakan pengungkapan yang diharuskan oleh peraturan yang berlaku. Pengungkapan tanggung jawab sosial bersifat wajib, sehingga ketika perusahaan tidak melaksanakannya akan dikenakan sanksi yang berlaku (Dharmawan Krisna & Suhardianto, 2016). Menurut UU No. 25 Tahun 2007 Pasal 34, pelaku usaha yang tidak memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 akan dikenai sanksi administratif, antara lain berupa peringatan tertulis, pembatalan kegiatan usaha, pembekuan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal, atau pencabutan kegiatan usaha dan/atau fasilitas penanaman modal (Undang Undang Republik Indonesia, 2007).

Caroll (1979) menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai tanggung jawab sosial yang baik harus berusaha untuk memperoleh laba, mematuhi hukum, berperilaku etis, dan menjadi warga negara yang baik dengan memberikan dukungan pada aktivitas sosial. Tanggung jawab sosial perusahaan sejalan dengan sudut pandang etika; khususnya, bisnis yang bertanggung jawab secara sosial harus beroperasi dengan jujur dan membatasi diri untuk tidak memalsukan laporan keuangan mereka. Tindakan ini sesuai dengan kepentingan stakeholders, dimana stakeholders membutuhkan transparansi terhadap kinerja perusahaan sesuai dengan prinsip CSR (Ratmono et al., 2015).

Informasi keuangan dibuat lebih terbuka dan transparan dengan menyertakan pengungkapan CSR dalam laporan tahunan. Perusahaan melaksanakan CSR dengan perspektif etis dan transparansi mengenai kondisi perusahaan, sehingga asimetri informasi antara para pemangku kepentingan dan manajer menjadi berkurang. Laporan tahunan memperoleh kredibilitas bagi

investor dan pihak-pihak lain yang menggunakannya untuk menentukan keputusan (Suryani & Herianti, 2015).

Para peneliti terdahulu telah meneliti dampak dari pengungkapan CSR terhadap manajemen laba. (Suryani & Herianti, 2015); (Santi & Wardani, 2018); (Sitanggang & Ratmono, 2019) berpendapat bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Sedangkan menurut (Prasetya & Gayatri, 2016); (Rahmawardani & Muslichah, 2020); (Alexander & Palupi, 2020) menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti sangat ingin menelaah lebih lanjut tentang “Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI Tahun 2017-2021)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan pada bagian sebelumnya, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba dengan proksi *Cash Flow of Operation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021?
- b. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba dengan proksi *Production Cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021?
- c. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba dengan proksi *Discretionary Expense* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menguji:

- a. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba dengan proksi *Cash Flow of Operation* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.
- b. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba dengan proksi *Production Cost* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.
- c. Pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba dengan proksi *Discretionary Expense* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada periode 2017-2021.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian maka manfaat yang diharapkan oleh penelitian ini adalah:

1. Bagi peneliti, sebagai media dalam mencari pengalaman dalam melakukan penelitian dan sebagai penambahan ilmu mengenai *Corporate Social Responsibility* dan manajemen laba.
2. Bagi perusahaan, memberikan masukan kepada manajemen perusahaan bahwa pentingnya melakukan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* yang berkontribusi untuk pembangunan berkelanjutan perusahaan dan pentingnya meminimalkan tindakan manajemen laba yang dapat merugikan perusahaan.

3. Bagi investor, memberikan pandangan kepada investor dalam mengambil keputusan berinvestasi pada suatu perusahaan dengan mempertimbangkan aspek tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).