

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Corporate Social Responsibility (CSR) merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. *Corporate social responsibility* merupakan suatu bentuk perhatian dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan sosial masyarakat. Hal ini menuntut bagaimana perusahaan dalam praktiknya tidak hanya semata-mata mencari keuntungan belaka, tapi lebih dari itu, perusahaan juga harus peduli terhadap lingkungan dan masyarakat (Fajarina, 2014). Prinsip perusahaan yang hanya mencari untung semata kini mulai banyak ditinggalkan, sebaliknya prinsip *triple bottom line* (*profit, planet, people*) makin menjadi *mainstream* etika bisnis saat ini. Ibaratnya, korporasi tidak lagi menyendiri terpisah dari lingkungan sekitarnya (*planet and people*) tetapi mulai memperhatikan lingkungan dan orang-orang di sekitarnya. Di Indonesia *corporate social responsibility* dinyatakan lebih jelas dalam UU PT No. 40 tahun 2007, dengan adanya Undang-Undang ini perusahaan makin terdorong untuk menjalankan *corporate social responsibility*.

Berdasarkan riset yang pernah dilakukan majalah SWA tahun 2005 menemukan *corporate social responsibility* sebagai salah satu konsep yang paling banyak (31.11%) diterapkan oleh perusahaan dalam tataran strategis di Indonesia (Hasibuan-Sedyono, 2006) dalam Utama (2010). Namun, berbagai studi di dalam dan luar negeri menunjukkan bahwa tingkat pelaporan dan pengungkapan

corporate social responsibility di Indonesia masih relatif rendah. Chapple dan Moon (2005) menemukan hanya 24% perusahaan di Indonesia yang melaporkan kegiatan *corporate social responsibility*, yang oleh studi tersebut dibagi menjadi tiga kategori yaitu : keterlibatan di masyarakat (*community involvement*), proses produksi dan hubungan kerja yang bertanggung jawab sosial. Rendahnya pengungkapan informasi lingkungan dan sosial juga dikemukakan oleh Darwin (2006). Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) kompartemen Akuntansi Manajemen setiap tahun mengadakan *Indonesian Sustainability Reporting Awards (ISRA)* yang menemukan bahwa hanya sekitar 10% dari perusahaan publik di Indonesia mengungkapkan informasi lingkungan dan sosial dalam laporan tahunan 2004. Bahkan hanya beberapa perusahaan yang membuat laporan khusus tentang lingkungan dan sosial. Bagian selanjutnya menunjukkan bahwa rendahnya pelaporan *corporate social responsibility* di Indonesia bisa jadi karena kondisi infrastruktur pendukung pelaporan *corporate social responsibility* di Indonesia yang belum memadai

Scott (2009:369) mendefinisikan *earnings management* sebagai "*the choice by a manager of accounting policies so as to achieve some specific objective*" yang artinya pilihan yang dilakukan oleh manajer dalam menentukan kebijakan akuntansi untuk mencapai beberapa tujuan tertentu. Motivasi manajemen laba mengindikasikan secara eksplisit praktik manajemen laba yang disengaja oleh manajer, yang pada akhirnya membawa konsekuensi negatif terhadap shareholders, karyawan, komunitas dimana perusahaan beroperasi, masyarakat, karier dan reputasi manajer yang bersangkutan (Zahra dkk., 2005) dalam Prior, et al. (2008). Salah satu konsekuensi paling fatal akibat tindakan manajemen yang memanipulasi

laba adalah perusahaan akan kehilangan dukungan dari para *stakeholders*-nya. *Stakeholder* akan memberikan respon negatif berupa tekanan dari investor, sanksi dari regulator, ditinggalkan rekan kerja, boikot dari para aktivis, dan pemberitaan negatif media massa. Tindakan tersebut wujud ketidakpuasan *stakeholder* terhadap kinerja perusahaan yang dimanipulasi, dan pada akhirnya berimbas merusak reputasi perusahaan di pasar modal (Fombrun dkk., 2000).

Tindakan *earnings management* yang dilakukan oleh manajer dapat diminimalisir oleh adanya suatu mekanisme *Corporate Governance*. Terdapat beberapa mekanisme *corporate governance* yang mampu mengontrol perilaku *earnings management* oleh manajer. Pertama, dengan meningkatkan proporsi komisaris independen. Hal tersebut berdasarkan penelitian Klein (2002) yang menemukan bahwa dewan komisaris yang berasal dari luar perusahaan atau *outside director* dapat mempengaruhi tindakan manajemen laba. Komite audit yang semakin aktif memiliki kesempatan yang lebih besar dalam memantau tindakan manajemen. Pernyataan ini didukung oleh Xie et al. (2003) yang menyatakan bahwa komite audit yang lebih aktif memiliki komposisi yang lebih besar untuk secara efektif memantau akrual diskresioner jangka pendek. Ketiga, kepemilikan saham oleh institusional, Madiastuty dan Mahfoedz (2003) menyatakan bahwa investor institusional dianggap sebagai *sophisticated investor* dengan jumlah kepemilikan yang cukup signifikan sehingga dapat memonitor manajemen yang pada akhirnya akan mengurangi motivasi manajer untuk melakukan *earnings management*.

Dalam perkembangan riset *corporate social responsibility*, Prior et al. (2008) menggunakan sampel 593 perusahaan dari 26 negara dan membuktikan bahwa

manajemen yang melaksanakan program *corporate social responsibility* secara signifikan juga melakukan praktik manajemen laba yang mengakibatkan memburuknya kinerja keuangan di masa depan. Prior et al. (2008) berargumen bahwa program *corporate social responsibility* digunakan sebagai strategi pertahanan diri manajemen manakala manajemen melakukan *moral hazard* berupa tindakan manajemen laba yang dapat merugikan kinerja perusahaan. Penelitian ini membuktikan adanya hubungan positif antara *earnings management* dengan pengungkapan *corporate social responsibility*. Perusahaan yang terindikasi melakukan *Earning Management* berusaha untuk mengelabui *stakeholder* dengan melibatkan diri secara lebih aktif dalam kegiatan *corporate social responsibility*.

Chih et al. (2008) menguji pengaruh *earnings management* terhadap *corporate social responsibility* dan menemukan hasil yang berbeda ketika *earnings management* diukur dengan menggunakan tiga proksi yaitu *earnings smoothing*, *earnings aggressiveness* dan *earnings losses avoidance*. *Earnings management* yang diproksikan dengan *earnings smoothing* dan *earnings losses avoidance* menunjukkan pengaruh negatif terhadap *corporate social responsibility*, sedangkan *earnings management* yang diproksikan dengan *earnings aggressiveness* menunjukkan pengaruh yang positif terhadap CSR.

Mekanisme *corporate governance* yang diproksikan oleh jumlah rapat komite audit mampu memperlemah pengaruh *earnings management* terhadap *corporate environmental disclosure* (CED). Hal tersebut berdasarkan penelitian yang dilakukan Sun et al. (2010). mengenai pengaruh *earnings management* terhadap CSR yang diproksikan dengan *corporate environmental disclosure* (CED), serta

peran *corporate governance* dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*. Sun et al. (2010) mengasumsikan bahwa manajer memiliki insentif yang lebih luas untuk melakukan CED dalam rangka mengamankan kinerja mereka, terutama ketika terlibat dalam praktik *earnings management*.

Berdasarkan uraian di atas, karena ada ketidakkonsistenan dari hasil penelitian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk menyusun tesis dengan judul “Pengaruh *Earnings Management* Terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* Dengan *Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderasi”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yaitu:

1. Apakah *earnings management* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
2. Apakah proporsi komisaris independen (GCG) berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
3. Apakah jumlah anggota komite audit (GCG) berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?
4. Apakah kepemilikan institusional (GCG) berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

5. Apakah kepemilikan manajerial (GCG) berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dilakukannya penelitian ini adalah untuk menjawab pertanyaan dari identifikasi masalah diatas, yaitu untuk mengetahui pengaruh *Earning Management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* dengan *corporate governance* sebagai variabel moderasi.

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui apakah *earnings management* berpengaruh terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
2. Untuk mengetahui apakah proporsi komisaris independen berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
3. Untuk mengetahui apakah jumlah anggota komite audit berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*
4. Untuk mengetahui apakah kepemilikan institusional berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

5. Untuk mengetahui apakah kepemilikan manajerial berperan dalam memoderasi pengaruh *earnings management* terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak secara langsung atau tidak langsung, terutama:

1. Bagi akademisi, memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu akuntansi terutama bagaimana *corporate governance* memonitoring tindakan *earnings management* dalam mempengaruhi pengambilan keputusan perusahaan untuk pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan tahunnya
2. Bagi praktisi bisnis, memberikan pemahaman tentang pentingnya pengungkapan *corporate social responsibility* sehingga dapat menjadi masukan dalam pengambilan keputusan
3. Bagi regulator, memberikan masukan atas efektivitas penerapan UU Perseroan Terbatas No. 40 Tahun 2007 pasal 66 dan pasal 74 terhadap perusahaan go publik di Indonesia.
6. Bagi pembaca, dapat memberikan informasi untuk meningkatkan pemahaman dan pengetahuan terutama dalam bidang *corporate social responsibility*

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dalam penelitian ini adalah di Bursa Efek Indonesia melalui situs resminya www.idx.co.id. Penelitian ini dilakukan mulai Desember 2015 sampai Juni 2016.

