

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan merupakan salah satu unsur penting dalam perusahaan karena dapat dijadikan dasar untuk menilai kinerja perusahaan serta menjadi media untuk menyalurkan informasi keuangan kepada pihak di luar maupun di dalam korporasi seperti kreditor, *supplier*, investor, pemerintah, manajemen perusahaan, pelanggan, karyawan dan masyarakat. Dalam laporan keuangan, biasanya keuntungan yang dihasilkan perusahaan akan dijadikan perhatian oleh para pemangku kepentingan seperti *stakeholder*.

Hal tersebut di atas dapat mendorong para manajer mengubah keuntungan atau laba dalam laporan keuangan perusahaan agar menguntungkan perusahaan. Sri Sulistyanto (2008:6) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut: “Manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan”. Hal tersebut yang mengakibatkan laporan laba menjadi bias sehingga menjadikan rendahnya kualitas laba dan dapat menurunkan nilai perusahaan dimasa yang akan datang. Rendahnya kualitas laba tersebut berakibat pada kesalahan pembuatan

keputusan oleh para pemakai laporan keuangan tersebut seperti para investor dan kreditor, sehingga nilai perusahaan akan berkurang (Siallagan dan Machfoeds, 2006). Sebagaimana dikemukakan oleh Sri Sulistyanto (2008) terdapat empat motivasi yang dapat menjelaskan mengapa seorang manajer melakukan manajemen laba, yaitu motivasi pasar modal, penawaran saham perdana, motivasi kontraktual dan motivasi regulasi pemerintah.

Menurut Surifah (1999), manajemen laba dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan apabila digunakan untuk pengambilan keputusan, karena *earning management* merupakan suatu bentuk manipulasi atas laporan keuangan yang menjadi sasaran komunikasi antara manajer dan pihak eksternal perusahaan. Manajemen laba merupakan kegiatan legal dengan kata lain merupakan kegiatan manipulasi yang paling aman. Meski begitu, manajemen laba dapat berdampak buruk bagi perusahaan apabila perusahaan ketahuan melakukan kegiatan tersebut. Kerugian yang dapat diakibatkan yaitu manajer dapat kehilangan reputasi bahkan pekerjaan serta karirnya. Kerugian jangka panjangnya adalah perusahaan kehilangan dukungan dari *stakeholder* serta meningkatnya kecurigaan serta kewaspadaan dari *stakeholder* lainnya.

Dalam rangka menghindari kewaspadaan dan kecurigaan *stakeholder* yang dapat merugikan perusahaan, maka perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan. Praktik CSR berkaitan dengan pertanggungjawaban moral yang

dilakukan perusahaan terhadap lingkungan internal dan eksternal perusahaan, seperti perlindungan terhadap lingkungan, manajemen sumber daya manusia, kesehatan dan keamanan saat bekerja, relasi dengan komunitas lokal, dan menjaga hubungan dengan pemasok dan pelanggan (Castello dan Lima, 2006).

Ketatnya persaingan bisnis di era globalisasi saat ini, pelaporan tentang *Corporate Social Responsibility* wajib ada dalam laporan tahunan perusahaan. Perkembangan praktik dan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) di Indonesia juga di latar belakang oleh dukungan pemerintah, yakni dengan adanya regulasi terhadap kewajiban pelaksanaan dan pengungkapan CSR melalui Undang-Undang Perseroan Terbatas No 40 tahun 2007, pasal 66 dan 74. Pada pasal 66 ayat (2) bagian c, tertulis bahwa selain menyampaikan laporan keuangan, perusahaan juga diwajibkan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Sedangkan pada pasal 74, tertera mengenai kewajiban untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan bagi perusahaan yang berkaitan dengan sumber daya alam (Azheri, 2012).

Pada November 2018, perusahaan tekstil PT Mahatex di wilayah Desa/Kecamatan Badas, Kabupaten Kediri, Jawa Timur sempat dihentikan aktivitasnya oleh warga sekitar karena limbah cair dari pengolahan tekstil, asap, debu, dan suara bising dianggap telah mencemari lingkungan. PT Mahatex merupakan salah satu perusahaan tekstil terbesar di Indonesia yang

memproduksi kain batik. Baru dua bulan beroperasi, tandon pengolahan limbah cair mengalami kebocoran. Tidak hanya sekedar merembes, limbah berbahaya itu juga mengalir ke selokan dan meresap ke dalam air tanah. Warga hanya meminta perusahaan membenahi keteledoran yang terjadi. Sebab sesuai UU No 32 Tahun 2009 dan UU No 74 Tahun 2001 disebutkan setiap orang yang melakukan kegiatan pengelolaan B3 (limbah racun) wajib mencegah terjadinya pencemaran dan atau kerusakan lingkungan hidup. Sumber: (<https://daerah.sindonews.com/read/1357271/174/limbah-cemari-lingkungan-aktivitas-pabrik-tekstil-dihentikan-warga-1543058398>).

Ada berbagai keuntungan yang akan diperoleh perusahaan apabila melakukan praktek CSR yaitu meningkatnya kepuasan dari *stakeholder* serta meningkatkan reputasi perusahaan. Jika perusahaan memiliki reputasi yang positif, maka perusahaan tersebut akan dengan mudah diterima oleh masyarakat luas. Kemampuan perusahaan juga akan meningkat dalam hal negosiasi kontrak yang lebih baik dengan pemasok dan pemerintah.

Perusahaan akan mendapatkan banyak dukungan dari berbagai macam *stakeholder* yang mendapat keuntungan dari praktek CSR yang dilakukan perusahaan. Selain itu perusahaan juga akan mendapat perlakuan yang lebih baik dari pemerintah, mendapat dukungan dari kelompok aktifis, mendapat legitimasi dari masyarakat, dan mendapat pemberitaan yang baik dari media, perlindungan lingkungan, manajemen sumber daya manusia,

kesehatan dan keselamatan di tempat kerja, hubungan masyarakat dan hubungan dengan pemasok dan pelanggan (Prior dan Tribó, 2007).

Mengenai teori yang mendasari dampak manajemen laba terhadap CSR, Radyati (2014) mengemukakan bahwa dana CSR berasal dari penyisihan laba. Penyisihan laba ini adalah bentuk manajemen laba dimana laba tidak dibagikan ke pemegang saham. Hal ini artinya laba dan manajemen laba secara langsung menentukan besaran CSR. Semakin besar laba yang disisihkan untuk dana CSR maka langsung semakin besar CSR perusahaan

Mengenai teori yang mendasari dampak CSR terhadap nilai perusahaan, Pearce II dan Robinson Jr. (2008:89) mengemukakan adanya pandangan yang berbeda-beda: 1) Pandangan bahwa CSR merupakan pemasaran yang tersamar yang nantinya akan meningkatkan laba perusahaan dan 2) bahwa CSR justru mengalihkan perhatian perusahaan dari misi intinya. Tujuan utama perusahaan adalah memaksimalkan kekayaan pemilik perusahaan baik melalui peningkatan nilai perusahaan atau pembagian deviden dari laba perusahaan. Pandangan pertama artinya CSR digunakan sebagai medium untuk meningkatkan reputasi perusahaan yang nantinya akan meningkatkan pendapatan dan mampu meningkatkan laba perusahaan. Sedangkan pandangan kedua diartikan bahwa justru CSR membuat manajemen perusahaan sibuk dengan kegiatan sosial tersebut dan tidak 100% fokus ke peningkatan nilai perusahaan ataupun peningkatan laba. Dalam hal ini Pearce II dan Robinson Jr. (2008:89-90) berargumen bahwa ini tergantung bagaimana

CSR dirancang dan dilaksanakan. Jadi pada perusahaan yang berbeda pandangan dan komitmen CSRnya (ringan, seimbang, atau berlebihan) dampak CSR terhadap nilai perusahaan akan berbeda-beda. Hal inilah yang membuat hasil berbagai penelitian mengenai dampak CSR yang dilakukan berbagai peneliti di masa lampau berbeda-beda. Meskipun demikian kedua pandangan tersebut memiliki satu kesamaan yaitu menyetujui bahwa CSR dapat memiliki dampak/pengaruh terhadap nilai perusahaan.

Teori yang mendasari dampak manajemen laba terhadap nilai perusahaan adalah dari Sulistyanto (2008) yang mengemukakan bahwa harga pasar saham dipengaruhi oleh laba, risiko dan spekulasi dan manajemen laba selain langsung terhubung dengan laba perusahaan itu sendiri, juga sebagai salah satu upaya untuk mengurangi risiko. Jadi artinya manajemen laba terhubung dengan faktor laba dan risiko yang akan memengaruhi harga pasar saham perusahaan.

Teori yang mendasari CSR sebagai variabel pemoderasi adalah dari Radyati (2014) yang mengemukakan bahwa Indonesia merupakan satu-satunya negara di dunia yang mewajibkan perusahaan swasta melakukan CSR, yang disebut dengan TJLS (Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan) melalui UU PT. No.40, 2007 pada pasal 74. Hal ini berarti CSR harus ada pada perusahaan di Indonesia dan karena dana CSR berasal dari manajemen laba berupa penyisihan laba maka ini juga berarti manajemen laba juga nyata pada perusahaan-perusahaan di Indonesia. Jadi di Indonesia terdapat fakta bahwa

CSR harus ada dan karena CSR harus ada maka manajemen laba ada dan tentunya tujuan perusahaan yaitu meningkatkan nilai perusahaan tetap ada dan ketiganya membentuk hubungan. Fakta-fakta tersebut ditambah dengan teori-teori hubungan sebelumnya di atas maka disusun oleh peneliti dan membentuk model hubungan pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dengan CSR sebagai variabel pemoderasi.

Hasil-hasil penelitian terdahulu: Indriani dkk (2014) melakukan penelitian tentang analisis manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Sedangkan hasil penelitian tentang pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan yang diteliti oleh Lulus dan Sugeng (2013) menunjukkan bahwa manajemen laba memiliki pengaruh negatif yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian yang dilakukan Ferdawati (2008) menunjukkan bahwa perusahaan yang tidak melakukan manajemen laba memiliki nilai perusahaan yang lebih tinggi daripada perusahaan yang melakukan manajemen laba. Laba yang berkualitas atau laba yang diduga tidak merupakan hasil manajemen laba akan dinilai tinggi oleh investor dan akan meningkatkan nilai perusahaan.

Yufenti (2013) melakukan penelitian tentang analisis manajemen laba terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan dan diperoleh kesimpulan bahwa manajemen laba signifikan

berpengaruh positif terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Penelitian yang dilakukan oleh Sunarsih (2017) tentang analisis manajemen laba terhadap *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan disimpulkan bahwa manajemen laba terbukti tidak berpengaruh terhadap luas pengungkapan CSR. Adanya perbedaan hasil penelitian tersebut mendorong peneliti untuk menganalisis pengaruh manajemen laba dan *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap nilai perusahaan.

Penelitian Hermawan dan Maf'ulah (2014) meneliti pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan dengan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai variabel pemoderasi hasil penelitian ini secara parsial variabel *corporate social responsibility* mampu memoderasi hubungan kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan. Kinerja perusahaan disini dilihat dari profitabilitas yang merupakan sumber dana yang akan disisihkan untuk mendanai CSR.

Penelitian ini memperluas penelitian Lulus dan Sugeng (2013) dengan menambah variabel *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan dimana variabel tersebut biasanya digunakan oleh perusahaan untuk menutupi kegiatan manajemen laba. Peneliti ingin menghubungkan tiga variabel yakni manajemen laba, nilai perusahaan dan CSR dimana manajemen laba menjadi faktor yang memengaruhi pengungkapan CSR dan bagaimana CSR berperan dalam menghubungkan

manajemen laba untuk mencapai tujuan perusahaan dalam meningkatkan nilai perusahaan.

Untuk lebih memahami bagaimana sebenarnya pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dan peranan CSR sebagai pemoderasinya maka dilakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP NILAI PERUSAHAAN DENGAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* SEBAGAI VARIABEL PEMODERASI (Analisis pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Sub Sektor Rokok yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017)”**.

1.2 Rumusan Masalah

CSR merupakan salah satu alat yang cukup berpengaruh untuk menarik simpati dan dukungan dari stakeholder. Oleh karena itu, manajer yang melakukan manajemen laba akan terdorong untuk melakukan kegiatan yang berkaitan dengan hubungan sosial dan lingkungan yang digunakan untuk mendongkrak citra perusahaan.

Dari fenomena di atas dapat dirumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Apakah praktik manajemen laba berpengaruh terhadap nilai perusahaan?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah diatas, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menguji dan menganalisis pengaruh manajemen laba dalam meningkatkan nilai perusahaan.
2. Menguji dan menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* sebagai variabel pemoderasi dalam hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi:

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan dan menjadi referensi tambahan khususnya mengenai topik-topik yang berkaitan dengan pengaruh manajemen laba, CSR, dan nilai perusahaan.

2. Peneliti selanjutnya

Dapat dijadikan referensi atau masukan bagi peneliti selanjutnya yang tertarik dengan manajemen laba, CSR, dan nilai perusahaan.

3. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam pembuatan kebijaksanaan perusahaan agar lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

4. Bagi *stakeholder* perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi para *stakeholder* agar selalu memperhatikan setiap kebijakan yang dibuat manajemen terutama terkait dengan CSR.

