

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan isu penting beberapa dekade ini bagi para akademisi dan praktisi. Pengungkapan dan pelaporan CSR dapat digunakan untuk meningkatkan posisi kompetitif dengan membuat citra perusahaan yang baik (Adkins, 1999a, b; Darby, 1999). Akibatnya, perusahaan berkonsentrasi pada persepsi pemangku kepentingan dan efek CSR pada merek perusahaan (Hemingway & Maclagan, 2004). Keraf (1998) menjelaskan mengenai arti pentingnya CSR sebagai berikut: (1) masyarakat yang semakin kritis terhadap produk yang dibelinya sehingga fokus perusahaan sekarang tidak hanya kepada *profit oriented*. (2) sumber daya yang terbatas membuat perusahaan harus memelihara dan mengelola sumber daya sebaik-baiknya. (3) lingkungan sosial yang lebih baik akan mendukung keberhasilan bisnis untuk jngka waktu kedepan. (4) kekuasaan yang terlalu besar akan merusak masyarakat jika tidak diimbangi dan dikontrol dengan CSR. (5) citra positif perusahaan kepada masyarakat.

Di Indonesia, Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, mewajibkan perusahaan dalam melaksanakan Tanggung Jawab Sosial (*Corporate Social Responsibility*) dimana perusahaan tidak hanya berkomitmen pada keuntungan perusahaan secara finansial, tetapi juga pada pembangunan sosial ekonomi (Suharto, 2007). Khususnya, bagaimana perusahaan memperhitungkan dampak kegiatan perusahaan terhadap pemangku kepentingan dengan perilaku yang

transparan dan etis. Perusahaan harus mengungkapkan kegiatan CSR dalam laporan keuangan. Dalam mengungkapkan informasi tersebut, secara tidak langsung perusahaan dituntut untuk menjadi lebih transparan. Jika manajer terlibat dalam pengungkapan kegiatan CSR, maka mereka cenderung menyesatkan pemangku kepentingan tentang kinerja dan nilai perusahaan (Kim, Park, & Wier, 2011).

Pengungkapan CSR digunakan sebagai pengalih pemangku kepentingan atas upaya manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan sehingga masyarakat tetap melegitimasi keberadaan perusahaan di tengah masyarakat (Handajani, Sutrisno, & Chandrarin, 2009). Teori Legitimasi berasumsi bahwa tindakan CSR tidak hanya berfokus pada keperluan pemangku kepentingan tetapi juga pada prinsip-prinsip yang masuk akal dengan sistem norma, nilai, dan kepercayaan yang dibangun secara sosial (Gray, Kouhy, & Lavers, 1995). Sehingga pengungkapan CSR digunakan sebagai alat untuk melegitimasi kinerja sosialnya (Sudana, 2014).

CSR juga dapat mempengaruhi kualitas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Hemingway & Maclagan (2004) berpendapat bahwa manajer dapat berpartisipasi dalam kegiatan CSR untuk menutupi kegiatan ilegal perusahaan, salah satunya adalah praktik manajemen laba (*Earnings Management*) (Grougiou, Leventis, Dedoulis, & Owusu, 2014). Manajemen laba cenderung dilakukan oleh pihak manajer atau para pembuat laporan keuangan untuk memenuhi kepentingan pribadi yang dibutuhkan baik oleh para pemangku kepentingan atau pihak perusahaan sendiri. Manajer cenderung melakukan manajemen laba karena adanya hubungan perusahaan dengan pasar modal, kebutuhan untuk pembiayaan eksternal atau beberapa keadaan khusus lainnya (Vander, 2001).

Manajemen laba juga dapat dipengaruhi oleh koneksi politik. Koneksi politik merupakan adanya hubungan antara pihak tertentu dengan pihak yang memiliki kepentingan dalam politik yang digunakan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang menguntungkan kedua belah pihak (Purwanti dan Sugiyarti 2017). Pemerintah terus memberikan pengaruh kepada perusahaan melalui kepemilikan untuk mengendalikan industri tersebut, untuk menyelamatkan perusahaan yang bangkrut, dan untuk mendukung pembangunan ekonomi (Chernykh, 2011; Grosman, Okhmatovskiy, & Wright, 2016; Inoue, Lazzarini, & Musacchio, 2013). Namun, perusahaan juga berusaha untuk mendapatkan pengaruh atas negara (Hillman & Hitt, 1999; Hillman, Keim, & Schuler, 2004), sebagian besar dengan membentuk baru atau memperkuat koneksi politik mereka (Haveman, Jia, Shi, & Wang, 2017; Sun, Mellahi, & Wright, 2012). Untuk mendapatkan dukungan dari pemerintah, perusahaan memilih birokrat pemerintah dan politisi ke posisi kekuasaan, seperti dewan direksi dan jajaran manajerial (Okhmatovskiy, 2010). Tihanyi, Aguilera, Heugens, van Essen, Sauerwald, Duran, & Turtorea (2019) mengidentifikasi bahwa negara berinvestasi dalam perusahaan untuk mendukung kebijakan perusahaan tersebut. Namun, negara dan manajer perusahaan akan memberikan pengaruh timbal balik sama satu lain.

Beberapa penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap manajemen laba sudah banyak dilakukan. Martinez et al (2014) mengungkapkan bahwa perusahaan yang terlibat dalam manajemen laba dapat menghindari hukuman dengan terlibat dalam kegiatan CSR, terutama di negara-negara yang memiliki perlindungan investor yang tinggi. Kim et al. (2011) juga mengungkapkan bahwa perusahaan yang melakukan CSR cenderung terlibat dalam manajemen laba yang agresif melalui akrual

diskresioner atau manipulasi aktivitas nyata. Kim, Udawatte, dan Yin (2018) mengungkapkan bahwa peningkatan CSR pada perusahaan China pada umumnya mengurangi praktik manajemen laba. Sebaliknya, perusahaan yang dikendalikan oleh negara dan perusahaan yang berada di daerah yang lebih berkembang cenderung terlibat dalam *real earnings management* (REM), dengan meningkatkan kegiatan CSR perusahaan. Gras, Palacios, & Hernández (2016) menemukan dampak negatif dari praktik CSR pada manajemen laba, sehingga perusahaan yang menjalankan CSR kurang terlibat dalam manajemen laba. Jordaan, De Klerk, & De Villiers (2018) menemukan bahwa perusahaan di Afrika Selatan dengan kinerja CSR yang lebih baik kecil kemungkinannya untuk terlibat dalam REM. Mereka menemukan bahwa perusahaan dengan kinerja CSR mungkin terlibat dalam manajemen laba melalui peningkatan akrual diskresioner.

Namun demikian masih sedikit peneliti yang menggunakan pendekatan *real earnings management* dan koneksi politik sebagai variabel moderasi. Maka dari itu, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian yang menguji pengaruh CSR terhadap manajemen laba dengan koneksi politik sebagai variabel moderasi, dengan mengambil sampel perusahaan non keuangan yang *listing* di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2018.

Secara spesifik, riset ini berbeda dengan riset sebelumnya dalam beberapa hal. Pertama, riset ini mengambil konteks negara berkembang yang di dalamnya belum memberikan perhatian terhadap praktik CSR sehingga dapat menjadi pengembangan di masa yang akan datang. Kedua, koneksi politik sebagai variabel pemoderasi. Ketiga. Menggunakan *real earnings management* sebagai proksi dalam menilai kualitas laba.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan sebelumnya, penulis ingin mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba dan koneksi politik sebagai variabel moderasi. Dari judul penelitian tersebut diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah koneksi politik dapat memoderasi pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menguji pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba.
2. Menguji peran variabel koneksi politik dalam memoderasi pengaruh antara *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap manajemen laba.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam mengimplementasikan pelaporan CSR secara bijak sehingga para investor dan calon investor tertarik untuk menanamkan modal di perusahaan tersebut.

2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dalam melaporkan laporan keuangan secara transparansi dan akuntabilitas sehingga para investor dilindungi.
3. Bagi para pemangku kepentingan, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur dalam mengawasi kinerja keuangan perusahaan dan dalam pengambilan sebuah keputusan karena beberapa perusahaan mungkin melakukan manajemen laba demi mencapai kepentingan pribadi.
4. Bagi pemerintah, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi pemerintah untuk membuat kebijakan yang diperlukan untuk meningkatkan praktik CSR dan meningkatkan legitimasi organisasi.

