

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Perusahaan yang melakukan suatu kegiatan bisnis harus didasari pada keputusan yang tidak hanya berfokus pada aspek ekonomi (keuntungan) saja melainkan harus memikirkan dampak sosial dan lingkungan yang mungkin timbul akibat dari suatu keputusan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Suatu perusahaan pasti mempunyai rasa tanggung jawab sosial terhadap para *stakeholder*, baik dari pihak eksternal maupun internal (Putriana, Artati & Utami, 2018). Tanggung jawab sosial dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat, khususnya pada masyarakat yang terdapat di lingkungan perusahaan.

Tanggung jawab sosial sering dikenal dengan istilah *Corporate social Responsibility* (CSR). Secara umum *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah sebuah konsep dimana suatu organisasi bisnis mengambil tanggung jawab sosial terhadap konsumen dengan mempertimbangkan kepentingan masyarakat, seperti pemasok, karyawan, pemegang saham, dan pemangku kepentingan lainnya serta lingkungan disekitar perusahaan atas dampak dari aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan (Ismail, 2009). Secara sederhana *Corporate social Responsibility* (CSR) adalah suatu tindakan yang dilakukan perusahaan untuk menjaga lingkungan dimana perusahaan itu berdiri. Yaitu dengan menjaga kebersihan lingkungan, membangun fasilitas umum, memberikan bantuan dana untuk kesejahteraan masyarakat yang berada di sekitar perusahaan tersebut.

Untuk mencapai visi dan misi, perusahaan harus melakukan program CSR sebagai bagian dari rencana kerja (Lichtenstein, 2006). Menurut Apsari & Mansur (2017) perusahaan yang menunjukkan tanggung jawab sosial dan kepeduliannya terhadap masyarakat akan mempengaruhi citra perusahaan yang semakin baik. Dengan melakukan kegiatan CSR perusahaan dapat meningkatkan keuntungan (*profit*) dan mengembangkan suatu pembangunan berkelanjutan.

Aktivitas di dalam perusahaan juga mempengaruhi perkembangan usaha, karena dengan tidak memperhatikan kondisi lingkungan sosial maka perusahaan tidak akan dapat berjalan dan berkembang dengan baik. Oleh karena itu tanggung jawab sosial perusahaan (*corporate social responsibility*) sangatlah penting untuk perkembangan perusahaan yang melakukan eksplorasi dan eksploitasi pada Sumber Daya Alam (SDA) maupun Sumber Daya Manusia (SDM). Maka dengan melakukan CSR perusahaan dapat mewujudkannya sebagai bentuk komitmen atas dampak yang ditimbulkan. (Cahyono, 2015)

Cahyono (2015) menyatakan bahwa terdapat tiga hal utama yang harus diperhatikan dalam melakukan CSR yaitu laba (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Perusahaan harus memiliki tingkat profitabilitas yang baik, karena kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dapat menarik para investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usaha dan mempertahankan eksistensinya. Dengan adanya profitabilitas yang baik dapat menjamin kelangsungan hidup suatu perusahaan. Salah satu stakeholder yang terpenting bagi perusahaan yaitu masyarakat maka dari itu perusahaan harus memberikan perhatian kepada masyarakat yaitu dengan memberikan kontribusi pada peningkatan kualitas hidup

masyarakat dengan cara perusahaan melakukan aktivitas-aktivitas yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan kompetensi masyarakat di berbagai bidang. Lingkungan merupakan tempat berdirinya suatu perusahaan. Maka dari itu perusahaan harus memperhatikan lingkungan dengan berpartisipasi dalam melakukan pelestarian lingkungan demi terpeliharanya kualitas hidup masyarakat dan kualitas perusahaan dalam jangka panjang.

Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan adalah suatu strategi perusahaan dalam menjaga hubungan antar para *stakeholder* agar terjalin interaksi yang baik. Perusahaan sangat perlu menjaga hubungan dan kepercayaan para *stakeholder* untuk mendapatkan peluang dalam memperoleh suatu keberhasilan usaha serta dapat mempertahankan persaingan bisnisnya (Susanto & Majid, 2017).

Dalam laporan tahunan perusahaan, *corporate social responsibility* (CSR) merupakan strategi bisnis yang dapat meningkatkan citra perusahaan. Menurut Suryani (2018) dalam pengambilan keputusan, laba merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh investor. Biasanya manajer akan memberikan suatu informasi yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan memberi kesan bahwa suatu investasi akan membuahkan hasil (Suryani, 2018). Healy dan Wahlen (1999) menjelaskan bahwa tujuan dari laporan keuangan adalah memberikan informasi kepada pemangku kepentingan agar dapat memberikan keputusan bisnis yang tepat. Oleh karena itu laporan keuangan sangatlah penting untuk melihat apakah informasi suatu perusahaan disajikan dengan jujur, lengkap, andal, relevan, dan sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Manajemen laba seringkali dilakukan oleh perusahaan dengan mengubah laporan keuangannya agar terlihat lebih baik. Putriana et al. (2018) menyatakan bahwa manajemen laba merupakan upaya manajer dengan memanipulasi informasi yang ada di dalam laporan keuangan dengan tujuan mengelabui para pemangku kepentingan yang ingin mengetahui kinerja perusahaan. Laporan keuangan tidak lagi melaporkan informasi secara akurat ketika perusahaan melakukan manajemen laba yang mengubah laporan keuangan (Chih et. Al, 2008). Manajemen laba dapat digunakan untuk menaikkan laba dan menurunkan laba. Jika untuk menarik investor manajer akan cenderung menaikkan laba, tetapi untuk kepentingan yang berhubungan dengan pemerintah laba akan cenderung dikurangi. Sebab dengan mengurangi laba perusahaan dapat menghemat pajak yang artinya pajak perusahaan berkurang.

Healy dan Wahlen (1999) menyatakan bahwa manajemen laba terjadi pada saat manajer mempercantik laporan keuangan agar terlihat baik dan menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam mengambil keputusan. Investor akan salah dalam mengambil keputusan ketika informasi akuntansi tidak akurat (Setiawati & Na'im, 2000). Adanya kegiatan tanggung jawab sosial ini dapat membuat pihak manajemen yang ada di dalam perusahaan tersebut lebih leluasa untuk melakukan manajemen laba, karena dengan melakukan kegiatan CSR akan membuat investor dan masyarakat merespon positif pada perusahaan sehingga dapat menutupi kecurangan yang dilakukan oleh manajer (Putriana et al, 2018). Di sisi lain dengan adanya pengungkapan CSR membuat laporan keuangan menjadi lebih terpercaya dan transparan bagi investor maupun bagi pengguna laporan keuangan. Scholtens &

Kang, (2013) menyatakan bahwa dengan adanya pengungkapan yang lebih pada laporan keuangan maka akan menghindari perusahaan melakukan manajemen laba.

Penelitian mengenai hubungan antara tanggung jawab sosial (CSR) dan manajemen laba telah banyak dilakukan seperti penelitian yang dilakukan oleh Putriana et al. (2018) menunjukkan CSR memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba dan juga menunjukkan bahwa CSR, leverage, dan growth secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Prior et al. (2008) menunjukkan hasil bahwa terdapat pengaruh positif antara praktik manajemen laba (*earnings management*) dengan *corporate social responsibility*. Namun, hasil penelitian berbeda ditunjukkan oleh penelitian yang dilakukan oleh Chih et al. (2008) menemukan adanya hubungan negatif antara CSR dengan manajemen laba, ketika manajemen laba diproksikan dengan perataan laba (*income smoothing*). Yip et al. (2011) menemukan adanya hubungan negatif dan signifikan antara CSR dan manajemen laba pada perusahaan minyak dan gas, serta adanya hubungan positif dan signifikan pada perusahaan pangan.

Hal ini menunjukkan bahwa belum adanya konsistensi hasil penelitian serta belum adanya pendekatan yang pasti yang digunakan dalam mengukur CSR sehingga penelitian mengenai CSR perlu dilakukan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang tersebut mendorong penulis untuk melanjutkan penelitian ini dengan mengangkat variabel penelitian dari perusahaan pertambangan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018. Dengan demikian, penulis akan melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CORPORATE SOCIAL**

RESPOSIBILITY TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PROFITABILITAS DAN LEVERAGE SEBAGAI VARIABEL KONTROL PADA PERUSAHAAN PERTAMBANGAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2016-2018.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan konteks penelitian di atas, berikut pernyataan pokok yang akan dicari jawabannya melalui penelitian ini, yaitu:

1. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Manajemen Laba ?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Manajemen Laba dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Kontrol ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian yang saya lakukan adalah:

1. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba.
2. Mengetahui pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Control.

1.4 Manfaat Penelitian

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

1. Bagi Peneliti :

- a. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba
 - b. Untuk mengetahui bagaimana *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba dengan Profitabilitas dan Leverage sebagai Variabel Kontrol
2. Bagi manajemen penelitian ini untuk memberikan informasi kepada pihak manajemen yang melaksanakan kegiatan tanggung jawab sosial berkaitan dengan pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba.
 3. Bagi Investor
 - a. Memberikan informasi kepada investor agar dapat membedakan informasi keuangan yang akurat dan transparan, sehingga informasi tersebut dapat diandalkan.
 - b. Menjadi dasar bagi investor untuk selalu memperhatikan setiap kebijakan yang dibuat manajemen terutama terkait dengan kegiatan tanggung jawab sosial.
 4. Bagi Akademisi penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah pengalaman serta mampu berkontribusi dalam pengembangan teori terutama yang menyangkut masalah tanggung jawab sosial dan manajemen laba.