

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Praktik manajemen laba dapat memicu perdebatan ketika manajemen laba digunakan untuk menyesatkan pengguna informasi laporan keuangan (Prasetya & Gayatri, 2016). Seperti kasus yang menimpa TPS food, berawal dari salah satu anak perusahaannya yang melakukan pengoplosan beras sehingga pendapatan dari TPS food berkurang drastis dan mengalami kesulitan dalam membayar utang dan pokok obligasi (Sidik, 2019). Pihak BPK menilai PT AJS melakukan manipulasi terkait transaksi jual beli saham sehingga harga saham pada saat pembelian tidak menggambarkan harga sebenarnya (Putri, 2020). Garuda Indonesia melakukan praktik manajemen laba dengan cara menunda pembayaran utang. Hal ini dapat berguna untuk menunjukkan kondisi laporan keuangan Garuda Indonesia selalu dalam keadaan yang baik (Redaksi, 2016).

Menurut Prasetya & Gayatri (2016), ukuran perusahaan termasuk pengklasifikasian lembaga usaha yang besar atau kecil dengan menentukan jumlah pekerja, kapitalisasi pasar, jumlah penjualan dan jumlah aktiva. Faktor pemicu timbulnya praktik manajemen laba, salah satunya adalah ukuran perusahaan. Perusahaan yang besar mempunyai motivasi dalam menjalankan praktik manajemen laba, penyebabnya karena perusahaan yang besar harus memenuhi harapan yang tinggi dari pihak *stakeholders* (Prasetya & Gayatri, 2016). Pernyataan tersebut didukung penelitian dari Alareeni (2018) yang menyebutkan jika ukuran perusahaan memberi

pengaruh positif pada manajemen laba, kajian yang dijalankan Jao & Pagalung (2011) menjelaskan jika ukuran perusahaan memberi pengaruh negatif pada manajemen laba.

Menurut Fischer serta Rosenzweigh dalam Prasetya & Gayatri (2016) manajemen laba ialah alat yang sah dijalankan manajemen dalam memperoleh keuntungan dengan tidak melanggar standar akuntansi. Menurut Sulistyanto dalam Periode (2018), manajemen laba termasuk perbuatan manajemen yang dijalankan bertujuan untuk mengecoh pihak *stakeholder* dengan cara merubah informasi terdapat dalam laporan keuangan. Ini juga sudah melanggar fungsi dari laporan keuangan karena tidak mencerminkan angka yang sebenarnya, dan kemudian dapat menyesatkan pihak *stakeholder* dalam pengambilan keputusan (Tampubolon, 2019).

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas operasionalnya tidak hanya untuk kepentingannya pribadi, tetapi perusahaan juga wajib memiliki kewajiban dalam bertanggung jawab atas dampak dari kegiatan operasi perusahaannya atau disebut *corporate social responsibility* untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Prasetya & Gayatri, 2016). *Corporate social responsibility* ataupun tanggung jawab sosial perusahaan memiliki dua tujuan, pertama memenuhi keinginan pihak pemangku kepentingan dan tujuan kedua untuk mencapai pembangunan keberlanjutan (Mandaika & Salim, 2015).

Lembaga usaha yang besar akan lebih sering menjalankan *corporate social responsibility* apabila dibanding dengan lembaga usaha yang kecil, hal tersebut karena lembaga usaha yang besar ingin memperoleh legitimasi dari masyarakat. Penelitian terdahulu yang mendukung pernyataan tersebut adalah penelitian dari Prasetya &

Gayatri (2016), menyebutkan bahwa ukuran perusahaan memberi pengaruh positif pada tindakan *corporate social responsibility*. Namun, perbedaan pandangan juga terdapat pada kajian dari Mandaika & Salim (2015) yang menyebutkan jika lembaga usaha yang besar akan cenderung lebih memperhatikan kinerja keuangan yang ditargetkan daripada tindakan sosialnya. Dengan demikian, ukuran perusahaan memberi pengaruh negatif terhadap tindakan *corporate social responsibility*.

Tindakan *corporate social responsibility* yang dilakukan oleh suatu lembaga usaha dapat meminimalkan praktik manajemen laba. Hal itu terjadi setiap lembaga usaha berkomitmen atas kebijakan *corporate social responsibility* dalam bertindak etis untuk memperoleh legitimasi dari masyarakat. Penjelasan tersebut didukung penelitian dari Ricardo & Faisal (2015) dan Prasetya & Gayatri (2016), yang memaparkan jika CSR memberi pengaruh negatif pada manajemen laba. Lembaga usaha yang besar akan lebih banyak melakukan tindakan *corporate social responsibility* untuk memperoleh suatu legitimasi dari masyarakat sehingga lembaga usaha dituntut untuk selalu bertindak etis dalam arti meminimalkan munculnya praktik manajemen laba. Kajian yang dijalankan Prasetya & Gayatri (2016) menyebutkan jika CSR dapat melakukan mediasi hubungan diantara ukuran perusahaan dan praktek manajemen laba.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis merasa terdorong untuk melakukan kajian ulang mengenai pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui tindakan CSR sebagai variabel interveningnya. Objek kajian yang digunakan ialah perusahaan makanan dan minuman. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman adalah perusahaan dengan ukuran yang besar yang mempunyai nilai yang stabil karena setiap orang akan terus mengkonsumsi makanan dan minuman sebagai kebutuhan

dasar, lalu perusahaan ini juga telah tumbuh dan berkembang sehingga jumlahnya yang sudah semakin banyak. Perusahaan sub sektor makanan dan minuman ini juga banyak diminati oleh investor karena memiliki prospek yang menguntungkan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.

1.2 Rumusan Masalah

Sesuai latar permasalahan yang dipaparkan, Oleh karena itu rumusan permasalahan yang dikemukakan ialah:

1. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility* ?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba ?
3. Bagaimana pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba ?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba melalui pengungkapan *corporate social responsibility* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dipaparkan, oleh karena itu tujuan yang ingin dicapai pada kajian ini ialah:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap pengungkapan *corporate social responsibility*.

2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba.
4. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba melalui pengungkapan *corporate social responsibility*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi Peneliti dan Akademis

Hasil kajian ini diharap bisa menambah dan memperluas pemahaman, dan juga menjadi literatur penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba melalui tindakan CSR.

2. Manfaat bagi Manajemen Perusahaan

Kajian ini diharap bisa memberi informasi mengenai berbagai faktor yang memberi pengaruh pada praktik manajemen laba pada pengungkapan informasi keuangan oleh karena itu bisa meminimalkan terjadinya perekrasan laba yang dapat menyesatkan pengguna informasi tersebut.

3. Bagi investor

Kajian ini diharap bisa memberi pemahaman mengenai adanya pengaruh ukuran perusahaan pada manajemen laba dengan melakukan tindakan CSR, sehingga dapat berguna sebagai pengambilan keputusan dalam berinvestasi.