

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di dunia bisnis pada era global saat ini, informasi perusahaan bukanlah sesuatu yang dapat dirahasiakan lagi. Kini, informasi perusahaan dapat dengan mudah diakses oleh berbagai pihak yang membutuhkan, baik itu pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Pihak internal yang terdiri dari direktur, manajer, akuntan dan *staff accounting*, serta karyawan tidak dapat menyimpan informasi perusahaan untuk diri mereka sendiri. Hal ini dikarenakan informasi perusahaan juga merupakan hal penting yang dibutuhkan oleh pihak eksternal seperti investor, kreditor, *supplier*, pemerintah, dan masyarakat. Masing-masing pihak eksternal tersebut memiliki kebutuhan yang berbeda-beda terhadap informasi perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan suatu sarana agar informasi perusahaan dapat tersampaikan dengan baik dan merata kepada setiap pihak yang membutuhkan, sarana tersebut adalah laporan keuangan.

Menurut Ikatan Akuntan Indonesia (IAI) (2017) dalam Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan (PSAK) No. 1, laporan keuangan merupakan suatu informasi yang mencerminkan kondisi posisi keuangan dan kinerja suatu entitas pada periode tertentu untuk digunakan dalam pengambilan keputusan oleh pihak yang berkepentingan. Laporan keuangan juga merupakan hasil dari bentuk tanggung jawab manajer atas sumber daya yang digunakan. Salah satu penerima hasil tanggung jawab dari manajer tersebut adalah investor. Melalui laporan keuangan perusahaan, investor menilai dan melakukan analisis investasi terkait risiko dan tingkat pengembalian investasi perusahaan, memperkirakan aliran kas masa depan dan mengantisipasi laba yang akan datang. Informasi utama bagi investor dalam laporan keuangan, salah satunya adalah laba (Firmansyah, 2017). Umumnya, laba digunakan sebagai dasar perpajakan, pedoman investasi, pengambilan keputusan, dan unsur prediksi. Oleh karena itu, laba merupakan dasar pertimbangan utama bagi investor untuk memutuskan akan melakukan

investasi, menjual saham, dan mempertahankan investasinya atau tidak (Herawaty dan Wijaya, 2016).

Keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba merupakan salah satu sarana mengukur tercapai tidaknya tujuan perusahaan yang telah ditetapkan, mengukur masa depan perusahaan, dan seberapa lama perusahaan dapat bertahan. Investor sangat menggemari perusahaan yang memiliki laba besar dan selalu bertumbuh. Hal ini dikarenakan perusahaan dengan laba besar dan mengalami peningkatan menandakan bahwa kelangsungan operasi perusahaan tersebut terjamin (Nisrina dan Herawaty, 2016). Namun, pencapaian laba suatu perusahaan tidak selalu dapat dikatakan bernilai bagi investor. Bernilainya suatu laba ditentukan oleh keinformatifan laba tersebut yang dapat diketahui melalui koefisien respon laba (*earnings response coefficient*). Semakin bertambahnya koefisien respon laba artinya pasar semakin memperhatikan informasi laba. Demikian juga sebaliknya, makin rendahnya koefisien respon laba, makin lemah reaksi pasar terhadap informasi laba (Nisrina dan Herawaty, 2016).

Roychowdhury dan Sletten (2012) mendefinisikan keinformatifan laba sebagai kemampuan laba pada periode berjalan yang dapat memudahkan investor untuk memperkirakan penerimaan *return* di waktu mendatang. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi keinformatifan laba ialah pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Munculnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* karena adanya tuntutan dari pemakai laporan keuangan dan masyarakat atas dampak yang ditimbulkan oleh perusahaan pada sumber daya alam dari aktivitas bisnis yang dilakukan (Suryani dan Herianti, 2015). Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini sebagai bukti bahwa perusahaan telah bertanggung jawab dan peduli atas efek buruk yang timbul dari pelaksanaan aktivitas bisnis perusahaan pada masyarakat luas dan area sekitarnya (Awuy, Sayekti, dan Purnamawati, 2016).

Informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini dimanfaatkan oleh para pelaku pasar khususnya investor dalam menentukan keputusan investasi. Hal ini dikarenakan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* mampu membantu investor untuk menilai dan mempertimbangkan berbagai risiko dan

peluang laba yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam jangka panjang (Winisaputri, Ethika, dan Darmayanti, 2014). Di samping itu, pengungkapan *Corporate Social Responsibility* ini merupakan informasi yang mampu merepresentasikan derajat akuntabilitas, responsibilitas, dan transparansi korporat kepada investor dan pemangku kepentingan lainnya (Indrawati, 2009; dalam Suryani dan Herianti, 2015). Oleh sebab itu, penggunaan pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam proses pengambilan keputusan diharapkan dapat memotivasi perusahaan untuk memperluas implementasi tanggung jawab sosial dan lingkungannya sehingga *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan dalam laporan tahunan infomasinya semakin berkualitas.

Perusahaan didirikan bukan hanya bertujuan untuk memperoleh keuntungan (laba) melainkan memberikan kesejahteraan bagi masyarakat dan menjaga kelestarian lingkungan (Wulandari, Machmuddah, dan Utomo, 2016). Pernyataan ini dipertegas oleh Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2012 yang menyatakan bahwa setiap Perseroan atau entitas yang berbadan hukum memiliki tanggung jawab sosial dan lingkungan (Pemerintah Republik Indonesia, 2012). Tinggi rendahnya pertanggungjawaban yang diberikan perusahaan akan memengaruhi citra perusahaan tersebut. Hal inilah yang nantinya akan menentukan minat para investor dan respon konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Perusahaan yang tidak mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan akan membuat investor lebih memberikan responnya pada informasi laba. Dengan kata lain, tidak tersedianya informasi tambahan seperti *Corporate Social Responsibility* sebagai pertimbangan investor dalam mengambil keputusan investasi akan membuat perhatian investor hanya tertuju pada laba akuntansi saja. (Awuy, dkk., 2016).

Di Indonesia, masih banyak perusahaan yang kurang dalam menerapkan *Corporate Social Responsibility* bahkan menggunakan dana tersebut untuk kepentingan pribadi. Bersumber dari Detik.com yang diterbitkan pada 1 September 2015 berisi tentang “Dugaan Korupsi Dana CSR Pertamina Foundation Dilaporkan Internal”. Kapolri mengatakan bahwa laporan tersebut sudah lama masuk ke Badan Reserse Kriminal Polri dan dilakukan penyelidikan.

Penyidik menemukan dugaan penyimpangan dari hasil penyelidikan tersebut yang kemudian ditingkatkan ke penyidikan. Penyimpangan dana CSR tersebut diindikasikan oleh Kapolri digunakan untuk beberapa program. Namun, beberapa program juga masuk dalam daftar CSR, antara lain: sekolah sepak bola dan juga penanaman satu juta pohon.

Masalah yang terjadi tersebut menunjukkan bahwa masih kecilnya kesadaran perusahaan untuk bertanggung jawab kepada masyarakat dan lingkungan. Hal ini dapat menyebabkan buruknya reputasi perusahaan dan kerugian bagi lapisan masyarakat. Oleh sebab itu, perusahaan perlu melaksanakan dan mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunannya agar dapat dijadikan pertimbangan oleh investor untuk pengambilan keputusan investasi selain dari informasi laba perusahaan. Ketika melihat laba dalam laporan keuangan, investor sering kali tidak menyadari bahwa laba yang disajikan bukan merupakan cerminan dari kondisi yang sesungguhnya. Hal ini dikarenakan dalam menjaga kelangsungan operasi perusahaan, manajemen tengah melakukan praktik manipulasi laba atau manajemen laba (*earnings management*).

Manajemen laba merupakan bagian dari teknik perusahaan untuk mencapai sasaran laba yang dikehendaki. Salah satu cara melakukan manajemen laba adalah dengan melakukan manajemen laba riil (*real earnings management*) melalui manipulasi aktivitas normal perusahaan yang dapat berdampak langsung terhadap arus kas perusahaan (Uswati dan Mayangsari, 2016). Manajemen laba riil merupakan pergeseran dari manajemen laba akrual dan cenderung sukar untuk dipahami oleh investor. Umumnya, manipulasi aktivitas normal ini juga tidak banyak menarik perhatian auditor, regulator dan pihak berkepentingan lainnya (Kim dan Sohn, 2013; dalam Siregar dan Febrininta, 2014). Manipulasi aktivitas normal perusahaan diimplementasikan melalui tiga cara, yaitu manipulasi penjualan dengan memberikan tawaran potongan harga (diskon) dan persyaratan kredit lunak, pengurangan biaya diskresioner yang bertujuan membuat beban yang dilaporkan menjadi rendah, dan produksi berlebihan agar rerata biaya per unit dan harga pokok penjualan menjadi lebih rendah (Ginuny dan Ekawati, 2015).

Perusahaan beranggapan bahwa regulator akan kesulitan dalam mendeteksi terjadinya manipulasi melalui kebijakan-kebijakan yang diterapkan manajemen pada kegiatan operasional perusahaan. Hal inilah yang membuat praktik manajemen laba riil ini diperkirakan dapat meningkatkan keinformatifan laba, karena terjadi peningkatan pada nilai laba tahun berjalan sehingga investor dapat menerima tingkat pengembalian yang besar di masa depan. Namun, apabila manajemen laba riil dilakukan dalam jangka panjang, tanpa adanya tindakan pencegahan oleh pemilik, maka kondisi perusahaan akan memburuk serta risiko bisnis akan semakin meningkat sehingga investor dapat menarik kembali dananya (Prakarsa dan Ekawati, 2016).

Penelitian ini menggunakan variabel kontrol *leverage* dan ukuran perusahaan. *Leverage* merupakan pengukur besaran hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai aktivitas bisnisnya serta membelanjakan suatu aset. Melalui penggunaan *leverage* besarnya aset yang dimiliki perusahaan berasal dari hutang atau modal juga dapat diketahui (Nisrina dan Herawaty, 2016). *Leverage* yang tinggi menandakan risiko keuangan perusahaan tinggi karena timbulnya kesulitan dalam mendanai aktivitasnya. Dengan kata lain, keinformatifan laba akan berkurang karena besarnya hutang yang dimiliki perusahaan. (Subagyo dan Olivia, 2012; dalam Alifiana dan Praptiningsih, 2016).

Sementara itu, ukuran perusahaan didefinisikan sebagai skala penentu besar kecilnya suatu perusahaan (Pradipta dan Purwaningsih, 2012). Makin besarnya suatu perusahaan, tingkat kedetailan dan keluasan terkait sumber informasi yang tersaji pada perusahaan makin tinggi. Hal ini dikarenakan informasi yang dimiliki oleh perusahaan dalam skala besar diindikasikan lebih banyak daripada perusahaan skala kecil dalam membantu penentuan keputusan investasi oleh investor (Rusdianto, 2013; dalam Alifiana dan Praptiningsih, 2016). Oleh sebab itu, respon investor pada laba perusahaan akan makin menurun karena luasnya informasi pada perusahaan berskala besar. Investor juga akan lebih waspada dalam melakukan investasi karena besarnya kecenderungan perusahaan untuk membayar kewajibannya di masa mendatang akibat *leverage* yang tinggi serta meninjau ukuran perusahaan yang mampu merepresentasikan risiko yang akan dijumpai

investor dalam pasar modal (Winisaputri, dkk., 2014).

Pada penelitian sebelumnya, Herianti dan Suryani (2015) memberikan bukti bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh negatif terhadap keinformasian laba. Hasil yang serupa juga ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Herawaty dan Wijaya (2016). Kedua penelitian ini mengisyaratkan bahwa makin luas dan banyaknya unsur *Corporate Social Responsibility* yang diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan, maka penurunan *earnings response coefficient* akan semakin besar yang berarti juga menurunkan tingkat keinformatifan laba perusahaan. Hal tersebut menandakan bahwa investor mengapresiasi dan mempertimbangkan adanya informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Oleh sebab itu, keputusan investasi yang diambil oleh investor bukan sekadar menggunakan informasi laba sebagai informasi satu-satunya melainkan juga menggunakan dan mengevaluasi informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility*.

Berbeda hasilnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Wicaksono (2017) yang mengemukakan bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh positif terhadap keinformatifan laba. Hasil penelitian Wicaksono (2017) mempunyai makna bahwa investor memberikan respon positif pada perusahaan yang mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan. Hal ini dikarenakan perusahaan tersebut berarti memiliki prospek dan kelangsungan operasi yang terjamin dalam kurun waktu yang lama. Dalam hal ini, keterbukaan perusahaan dalam mengungkapkan *Corporate Social Responsibility* juga membuat investor memberikan apresiasi tinggi pada harga saham perusahaan.

Sementara itu, penelitian berikutnya yang dilakukan oleh Awuy dkk. (2016) memberikan bukti bahwa pengungkapan *Corporate Social Responsibility* tidak berpengaruh terhadap keinformasian laba. Dengan kata lain, investor tidak memberikan apresiasi yang penuh terhadap pengungkapan *Corporate Social Responsibility*. Kemungkinan investor cenderung lebih merespon informasi laba dibandingkan dengan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan sebagai penentu suatu keputusan investasi. Oleh sebab itu,

investor tidak menggunakan informasi pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam proses pengambilan keputusan investasi.

Berdasarkan penelitian sebelumnya terkait pengaruh *Real Earnings Management* terhadap keinformatifan laba terdapat inkonsistensi hasil. Hal ini terbukti pada penelitian yang dilakukan oleh Uswati dan Mayangsari (2016) serta Firmansyah (2017). Uswati dan Mayangsari (2016) dalam penelitiannya menunjukkan hasil bahwa manajemen laba riil tidak berpengaruh terhadap *future stock return*. Maksud dari hasil tersebut yaitu perusahaan tidak bertindak secara agresif untuk melakukan manajemen laba riil sehingga tidak memengaruhi laba tahun berjalan yang digunakan sebagai penilaian investor dalam memperkirakan penerimaan tingkat pengembalian saham di masa mendatang (keinformatifan laba). Akan tetapi, hasil yang berbeda ditunjukkan oleh Firmansyah (2017) dalam penelitiannya yaitu *Real Earnings Management* berpengaruh positif signifikan terhadap keinformatifan laba. Penelitian Firmansyah (2017) mengindikasikan bahwa *Real Earnings Management* yang dilakukan oleh manajer dapat meningkatkan laba tahun berjalan sehingga dapat dijadikan rujukan bagi investor dalam menilai laba dan memperkirakan penerimaan *return* di masa mendatang.

Objek penelitian dalam penelitian ini menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018. Hal yang melatarbelakangi pemilihan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian adalah karena perusahaan manufaktur cenderung lebih sering berhubungan langsung dengan masyarakat dan memiliki keterlibatan yang cukup besar terhadap masalah sosial dan lingkungan yang terjadi seperti polusi, limbah pabrik, keamanan produk, dan ketenagakerjaan (Silalahi, 2014). Selain itu, perusahaan manufaktur mencakup berbagai sub sektor industri dan memiliki persentase yang lebih banyak dibanding perusahaan atau kelompok industri lainnya di Bursa Efek Indonesia (BEI) sehingga dapat menunjukkan respon pasar modal dengan lengkap. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dalam laporan tahunan dan praktik *Real Earnings Management* pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Peneliti juga menggunakan koefisien respon laba (*earnings response*

coefficient) sebagai pengukur keinformatifan laba. Hal tersebut dikarenakan tujuan penelitian ini berfokus pada respon investor terhadap laba periode berjalan yang berfungsi membantu dalam memprediksi tingkat pengembalian yang diterima investor di masa mendatang. Koefisien respon laba (*earnings response coefficient*) merupakan ukuran tingkatan *abnormal return* saham dalam menanggapi elemen *unexpected earnings* (Herawaty dan Wijaya, 2016). Koefisien respon laba juga menggambarkan derajat kepercayaan pasar terhadap kualitas laba dan informasi yang terkandung dalam laba untuk mengidentifikasi keterkaitan antara laba dengan harga saham (Herawaty dan Wijaya, 2016). Oleh karena itu, penting untuk mengetahui keinformatifan laba periode berjalan yang diukur dengan koefisien respon laba (*earnings response coefficient*).

Penelitian ini dilakukan untuk mengembangkan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh dari dua faktor yaitu pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Real Earnings Management* terhadap keinformatifan laba. Hal ini dikarenakan hasil yang ditunjukkan oleh para peneliti sebelumnya masih tidak konsisten. Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan *leverage* sebagai variabel kontrol agar hasil penelitian lebih optimal dan konsisten. Selain itu, penelitian yang berkenaan dengan pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Real Earnings Management* masih penting untuk diteliti agar dapat dijadikan pertimbangan bagi investor dalam mengambil keputusan investasi sehingga dapat memperoleh tingkat pengembalian yang diharapkan.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah penelitian ini, yaitu:

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap keinformatifan laba?
2. Apakah *Real Earnings Management* berpengaruh terhadap keinformatifan laba?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap keinformatifan laba.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh *Real Earnings Management* terhadap keinformatifan laba.

1.4. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi atau bahan acuan bagi akademisi mengenai pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan *Real Earnings Management* terhadap keinformatifan laba. Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan bahan perbandingan bagi peneliti selanjutnya yang hendak melaksanakan penelitian dengan topik yang sama mengenai komponen-komponen yang dapat memengaruhi keinformatifan laba.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan mengenai pentingnya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dan menjadi bahan pertimbangan dalam menentukan kebijakan praktik *Real Earnings Management* dengan memperhatikan keefektifan *leverage* untuk menjaga keinformatifan laba agar kerelevanan informasi atas kinerja perusahaan tercermin dalam laba yang dicapai perusahaan.

2. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan agar mampu menentukan keputusan investasi yang tepat serta memperkirakan tingkat pengembalian yang akan diperoleh dengan memperhatikan pengungkapan *Corporate Social Responsibility*, penerapan *Real Earnings Management*, dan *leverage* sebagai bahan evaluasi.

1.5. Sistematika Penulisan Skripsi

Untuk memahami secara jelas isi penelitian ini, maka sistematika penulisan skripsi terdiri dari 5 bab, yaitu:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, pengembangan hipotesis, dan kerangka penelitian.

BAB 3 : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai desain penelitian, identifikasi, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik penyampelan, dan analisis data.

BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, deskripsi data, hasil analisis data, dan pembahasan.

BAB 5 : SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai simpulan, keterbatasan, dan saran yang dapat ditarik dan diberikan dari hasil penelitian yang telah diperoleh.