

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

*Earnings Management* (Manajemen laba) adalah perilaku oportunistik manajer dalam rangka mengelabui investor dan memaksimalkan kesejahteraannya karena menguasai informasi lebih banyak tentang perusahaan (Ultero-Gonzales & Callado-Munoz, 2016). *Earnings Management* (Manajemen laba) merupakan hasil dari campur tangan pihak manajemen dalam proses menyusun pelaporan keuangan. Campur tangan tersebut menimbulkan perilaku oportunistik, yaitu menaikkan atau menurunkan laba akuntansi sesuai dengan kepentingan pelaksanaan manajemen tersebut (Risfahani et al, 2017). Banyak faktor yang melatarbelakangi perusahaan melakukan manajemen laba. Faktor aktual berkaitan dengan segala aktivitas yang dapat mempengaruhi aliran kas dan juga keuntungan yang secara pribadi merupakan wewenang dari para manajer (*managers discretion*). Faktor kebijakan akuntansi berkaitan dengan keputusan manajer untuk menerapkan suatu kebijaksanaan akuntansi yang wajib diterapkan oleh perusahaan yaitu antara menerapkannya lebih awal dari waktu yang ditetapkan atau menundanya sampai saat berlakunya kebijaksanaan tersebut. Faktor perubahan asset berkaitan dengan upaya manajer untuk mengganti atau merubah suatu metode akuntansi tertentu diantara sekian banyak metode yang dapat dipilih yang tersedia dan diakui oleh badan akuntansi yang ada (Nanggala, A. Y. A., 2019:121). *Earnings*

*Management* dapat memiliki efek pada harga saham suatu perusahaan, dan nantinya harga saham akan menurun sebagai akibat dari praktik manajemen laba. Dalam penelitian ini, kami ingin membuktikan apakah CSR berpengaruh pada *Earnings Management*.

*Stakeholder theory* menyatakan bahwa perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan, namun juga harus memberikan manfaat bagi *stakeholder* (pemegang saham, kreditor, konsumen, pemasok, analis, karyawan, pemerintah, dan pihak lain seperti masyarakat yang merupakan bagian dari lingkungan sosial) (Ghozali dan Chariri, 2007, dalam Devi, dkk, 2017). *Stakeholder* memegang peranan penting terhadap keberlangsungan perusahaan. Hal ini dikarenakan *stakeholder* memiliki kemampuan dalam mengendalikan sumber daya yang diperlukan dalam keberlangsungan hidup perusahaan. Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder* atau para pemangku kepentingan dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan mereka, terutama *stakeholder* yang mempunyai kekuatan terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, seperti tenaga kerja, pelanggan dan pemilik (Hörisch et al., 2014). Tujuan utama dari *stakeholder theory* adalah untuk membantu manajemen perusahaan dalam meningkatkan penciptaan nilai sebagai dampak dari aktivitas-aktivitas yang dilakukan dan meminimalkan kerugian yang mungkin muncul bagi *stakeholder* (Devi, dkk, 2017).

Selain *stakeholder theory*, penelitian ini juga memperhubungkan penggunaan *ResourceBased theory*. *Resource-based theory* merupakan teori untuk memahami bagaimana perusahaan memperoleh keunggulan bersaing dan bagaimana mengelola sumber daya (resource) yang dimilikinya dalam bersaing dengan perusahaan lainnya. Teori ini berfokus pada gagasan bahwa sumber daya yang dimiliki perusahaan namun tidak mudah ditiru oleh kompetitor dapat menjadi sumber keunggulan bersaing dan kinerja perusahaan yang lebih baik (Noorkhaista & Sari, 2017). Keunggulan bersaing yang baik berhubungan dengan bagaimana perusahaan memperoleh, mengelola dan menggunakan aset-aset yang bersifat strategis, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud. Manajemen dapat memilih dan bahkan memanipulasi informasi keuangan yang dilaporkannya sebagai pertanggungjawaban kepada pemangku kepentingan dengan melakukan manajemen laba.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan kepada para *stakeholdernya*, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya (Hamdani, 2016:174). Implementasi CSR yang dilakukan oleh masing masing perusahaan sangat bergantung kepada misi, budaya, lingkungan, dan profil resiko, serta kondisi operasional masing-masing perusahaan (Sirait, 2018). Perusahaan yang melakukan CSR adalah perusahaan etis yang tidak akan melakukan tindakan tidak etis seperti manajemen laba (Liu et al, 2017). Perusahaan melaporkan

CSR untuk mengalihkan pemangku kepentingan dari tindakan manajemen laba (Martínez-Ferrero et al., 2016).

Dalam beberapa penelitian terdapat perbedaan yang menunjukkan ketidak konsistenan hubungan antara CSR dengan *earnings management*. Palacios-Manzano et al., (2021) menemukan dampak negatif dari praktik CSR pada manajemen laba, sehingga perusahaan yang lebih berkomitmen untuk CSR terlibat lebih sedikit dalam manajemen laba. Perusahaan yang bertanggung jawab secara sosial cenderung untuk membina hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan daripada memaksimalkan keuntungan jangka pendek perusahaan. (Hoang et al., 2019)

Ada pula beberapa penelitian yang berpendapat bahwa CSR berpengaruh positif terhadap *earnings management*. (Ehsan et al., 2022) menyimpulkan bahwa terdapat hubungan positif CSR dengan *earnings management*. Banyak penelitian tentang tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) telah dilakukan untuk menentukan apa yang mendorong perusahaan untuk terlibat dalam kegiatan sosial, dan sebagian besar studi juga menyimpulkan bahwa CSR memiliki efek positif pada kinerja keuangan perusahaan.

Namun menurut (Rahmawardani & Muslichah, 2020) menemukan bahwa CSR tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Selain itu, penelitian tersebut juga menunjukkan bahwa manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya manajemen laba yang dilakukan pihak manajemen perusahaan tidak

berpengaruh signifikan pada kinerja perusahaan. Suatu kinerja perusahaan yang baik dapat mencegah terjadinya *earnings management*.

Adanya ketidak konsistenan dalam penelitian ini maka menarik peneliti untuk melakukan penelitian yang sama. Hal ini bertujuan untuk menguji secara empiris apakah CSR terhadap perusahaan berdampak pada *earnings management*. Selain itu pada penelitian ini juga dimungkinkan adanya peran mediasi dari variabel *Innovation*. Maka dari itu, aktivitas yang dilakukan oleh inovasi perusahaan diyakini menjadi mediasi hubungan antara CSR dengan *earnings management*.

Beberapa ahli berpendapat bahwa inovasi bisa mendorong terjadinya *earnings management*. Digunakannya inovasi sebagai variabel mediasi karena ada beberapa penelitian yang menemukan bahwa adanya hubungan antara CSR dan Inovasi. Inovasi perusahaan merupakan faktor kunci untuk meningkatkan daya saing, pemahaman hubungan antara CSR dan kinerja inovasi perusahaan telah menjadi isu penting (Luo dan Du, 2015). Gallego-Álvarez et al., (2011) dan Mithani (2017) menemukan bahwa CSR berhubungan negatif dengan inovasi. Sementara Luo dan Du (2015) dan Bereskin et al. (2016) mengusulkan adanya hubungan positif antara CSR dengan inovasi. Di samping itu, penelitian terkait inovasi dengan *earnings management* dilakukan oleh Nathan Jeppson dan David Salerno (2017) yang melaporkan bahwa keberadaan manajemen laba jelas ditunjukkan dalam literatur penelitian. Selain itu, Nathan Jeppson dan David Salerno (2017) juga menemukan beberapa bukti empiris terbatas mengenai hubungan antara

perusahaan yang mengadopsi strategi yang berfokus pada inovasi dan kemungkinan untuk mengelola pendapatan. Penelitian yang sama dilakukan oleh Tomas Kliestik, Elvira Nica, Peter Suler dan Katarina Valaskova (2020) menemukan bahwa inovasi strategi berdampak terhadap terjadinya *earnings management* pada perusahaan. Atas alasan itu, maka pada penelitian ini, variabel inovasi dianggap mampu memediasi hubungan CSR dengan *earnings management*.

Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada suatu aspek. Dimana aspek tersebut mencakup suatu penjelasan yang menentukan ketertarikan seseorang meneliti suatu penelitian ini. Aspek pertama ialah perbedaan variabel. Variabel yang di gunakan pada penelitian ini ialah CSR dan *Earnings Management* dan menggunakan *Innovation* sebagai variabel mediasinya. Penelitian ini menarik karena sejauh ini, belum pernah ada yang meneliti tentang variabel ini di Indonesia. Kedua, objek penelitiannya menggunakan ISSI (Indeks Saham Syariah Indonesia/ *Indonesia Sharia Stock Index*) yang sangat jarang diteliti oleh peneliti sebelumnya. ISSI merupakan indeks saham yang mencerminkan keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI. Konstituen ISSI adalah keseluruhan saham syariah yang tercatat di BEI dan terdaftar dalam Daftar Efek Syariah (DES) yang direview setiap 6 bulan sekali yakni akhir Mei dan November.

Penelitian ini dilakukan pada suatu perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, tepatnya ialah ISSI (Indeks Saham Syariah Indonesia/ *Indonesia Sharia Stock Index*). Saham syariah menjadi solusi bagi para

investor saham yang sebelumnya hanya mengenal saham konvensional yang mana dipenuhi oleh tindakan spekulasi, riba maupun kecurangan. Tak hanya itu, di Indonesia kebanyakan warganya menganut agama Islam. Tentu banyak yang berpatokan pada riba. Maka dari itu, objek yang diambil ialah dari ISSI agar mudah mendapat sampel dalam penelitian yang akan diteliti.

## 1.2 Rumusan Masalah

### 1.2.1 Identifikasi Masalah

Laporan keuangan menjadi sarana bagi perusahaan untuk menyampaikan informasi keuangan mengenai pertanggungjawaban pihak manajemen terhadap pemenuhan kebutuhan pihak-pihak eksternal, melalui penyajian informasi kinerja perusahaan (Wahyono *et al.*, 2015). Secara tidak langsung manajemen diharuskan menghasilkan laporan keuangan yang baik untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat dan juga investor.

Selain itu, inovasi terbaru juga menjadi faktor pendorong dalam pengaruhnya *earning management*. Inovasi tersebut sebagai alat spesifik bagi perusahaan dimana dengan inovasi dapat mengeksplorasi atau memanfaatkan perubahan yang terjadi sebagai sebuah kesempatan untuk menjalankan suatu bisnis yang berbeda (Makmur dan Thahier, 2015).

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka terdapat beberapa masalah yang bisa diuraikan, yaitu :

- a. Pada penelitian sebelumnya, metode/teknik yang digunakan bersifat kurang update (terbaru)
- b. Terdapat beberapa penelitian yang belum konsisten mengenai pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) terhadap *earnings management*.

#### 1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah CSR berpengaruh terhadap *Earnings Management* perusahaan yang terdaftar di ISSI?
2. Apakah *Innovation* berperan dalam memediasi pengaruh CSR dan *Earnings Management* perusahaan yang terdaftar di ISSI?

#### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu :

1. Untuk mengetahui pengaruh CSR terhadap *Earnings Management* perusahaan yang terdaftar di ISSI.
2. Untuk mengetahui peran mediasi *Innovation* dalam memediasi CSR dan *Earnings Management* perusahaan yang terdaftar di ISSI.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1.4.1 Manfaat Teoritis

#### 1. Bagi Penulis

Menambah wawasan atau pengetahuan baru terkait hubungan CSR terhadap *Earnings Management* serta dampak hubungan kedua variabel dengan menggunakan *Innovation* sebagai variabel mediasi.

#### 2. Bagi pihak lain

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan memberikan dampak positif terhadap pengembangan ilmu pengetahuan yang dipergunakan sebagai bahan referensi dan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian terhadap permasalahan yang sama.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### 1) Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan sebagai bahan pertimbangan dalam pembuatan kebijakan perusahaan untuk lebih meningkatkan tanggung jawab dan kepeduliannya pada lingkungan sosial.

#### 2) Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat mengetahui dan menambah pengetahuan serta memantau langsung jalannya demokrasi melalui unit terkecil yaitu pemerintah desa.

### 1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup dalam penelitian ini hanya membatasi pada pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap kinerja perusahaan serta peran mediasi *Innovation* terhadap hubungan CSR dan *Earnings Management* di Perusahaan Index Saham Syariah Indonesia (ISSI) yang terdaftar di BEI pada periode 2015-2021.

