

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Munculnya AFTA (*ASEAN Free Trade Area*) sebagai wujud kesepakatan dari negara anggota ASEAN dalam rangka meningkatkan daya saing ekonomi kawasan regional ASEAN dan menjadikan ASEAN sebagai basis produksi dunia akan memacu pertumbuhan ekonomi yang pesat di Indonesia. Meningkatnya intensitas kerjasama regional tersebut akan memberikan pengaruh terhadap arus perdagangan antar negara anggota ASEAN (Dermoredjo, 2012). Penetapan AFTA membuat produk-produk dari negara ASEAN akan semakin membanjiri pasar tanah air, sehingga dikhawatirkan produk Indonesia dapat kalah bersaing dengan produk impor dari negara lain (Depkeu, 2015). Oleh karena itu, perusahaan-perusahaan yang telah berdiri di Indonesia akan semakin mengembangkan kegiatan bisnisnya dengan cara meningkatkan efektivitas dan efisiensi kegiatan produksinya untuk memberikan kontribusi terhadap kemajuan ekonomi negara dan sebagai antisipasi akan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang akan melakukan FDI (*Foreign Direct Investment*) di Indonesia. Di sisi lain, AFTA akan membuka peluang bagi perusahaan untuk mencapai tingkat profitabilitas yang tinggi. Sehingga perusahaan-perusahaan akan melakukan kegiatan operasionalnya dengan prinsip mencari laba yang sebesar-besarnya (Martono dan Harjito, 2008). Untuk menyikapi fenomena tersebut, perusahaan diharapkan untuk (1) meningkatkan kualitas diri bersifat global yaitu dengan meningkatkan

keterampilan yang harus dipenuhi agar dapat bersaing secara global, (2) memberikan inovasi produk yang lebih berkualitas yaitu dengan menciptakan produk yang unik dan berbeda agar memberikan nilai tambah untuk produk tersebut, (3) membangun infrastruktur dimana akses infrastruktur merupakan faktor penentu dalam memperlancar sirkulasi produk yang mempunyai daya saing tinggi, (4) memiliki mental yang tangguh yang berarti sumber daya manusia yang berada dalam perusahaan mampu mencari peluang, belajar berpikir kreatif, dan memiliki karakter mental yang kuat dalam menghadapi persaingan di era global, (5) memberikan edukasi kepada masyarakat untuk mencintai produk dalam negeri di mana perusahaan juga harus meningkatkan mutu dan kualitas produk dalam negeri untuk bersaing di era AFTA (Depkeu, 2015). Di sisi lain, perusahaan-perusahaan akan melakukan berbagai cara lainnya termasuk melakukan eksplorasi dan eksploitasi sumber daya alam tanpa memikirkan dampak negatif yang akan muncul di lingkungan sekitar perusahaan (Kusuma, 2013).

Dalam pembuatan keputusan investasi terdapat dua faktor yang perlu dipertimbangkan, yaitu (1) faktor pemberian sanksi keras yang ditujukan untuk perusahaan sebagai konsekuensi atas kerusakan lingkungan dan (2) faktor hilangnya kepercayaan *stockholder/stakeholder* untuk melakukan investasi pada perusahaan-perusahaan yang menyebabkan kerusakan lingkungan (Spicer, 1978). Selain itu, tingkat keberhasilan perusahaan setidaknya ditentukan oleh tiga faktor, yaitu kualitas, profitabilitas, serta tanggung jawab sosial dan lingkungan (Roth dan Keller, 1997). Saat ini tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan tidak hanya menggunakan konsep *Single Bottom Line* dimana kegiatan

perusahaan hanya berdasarkan pada nilai perusahaan namun kegiatan perusahaan saat ini didasari oleh konsep *Triple Bottom Lines* sebagai konsep *stakeholder* dimana perusahaan tidak hanya memandang keuntungan (*profit*) sebagai tujuan utama, tetapi perusahaan juga harus memperhatikan dan terlibat dalam pemenuhan kesejahteraan masyarakat (*people*), dan ikut berkontribusi dalam menjaga kelestarian lingkungan (*planet*) (Elkington, 1997).

Munculnya dampak negatif berupa kerusakan lingkungan dan kesenjangan sosial menuntut adanya tanggung jawab pihak terkait. Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab pada investor/pemegang saham dan kreditur selaku penunjang keuangan perusahaan. Namun, perusahaan juga wajib bertanggung jawab terhadap pihak-pihak lain yang secara tidak langsung terlibat dan terdampak dalam kegiatan yang dilakukan perusahaan, seperti pemasok, masyarakat sekitar, dan pelanggan. Seperti yang diatur dalam Pasal 74 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 23 Tahun 1997 tentang Pengelolaan Lingkungan Hidup, UU No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal, dan peraturan bertaraf internasional yaitu ISO 14001 tentang Sistem Manajemen Lingkungan dimana peraturan-peraturan tersebut mewajibkan perusahaan untuk melakukan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Selanjutnya, pada Pasal 66 UU No. 40 Tahun 2007 telah ditetapkan kewajiban bagi perseroan untuk melaporkan pelaksanaan tanggung jawab tersebut dalam laporan tahunan. Dengan adanya peraturan tersebut, saat ini telah banyak perusahaan yang mulai mengungkapkan informasi sosial dan lingkungannya kepada publik.

*Corporate Social Responsibility* merupakan salah satu strategi yang berkaitan dengan tujuan perusahaan untuk memperoleh kegiatan ekonomi berkelanjutan (*sustainable economic activity*). Keberlanjutan kegiatan ekonomi tersebut tidak hanya terkait dengan tanggung jawab sosial perusahaan tetapi juga terkait dengan akuntabilitas perusahaan terhadap masyarakat. Definisi CSR atau tanggung jawab sosial menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD)

*“Continuing commitment by business to behave ethically and contribute to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large”*

Maksudnya CSR adalah bentuk komitmen dunia usaha untuk bertindak etis secara terus menerus, beroperasi secara legal dan berkontribusi dalam peningkatan ekonomi, bersamaan dengan peningkatan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sekaligus juga pada peningkatan kualitas komunitas lokal dan masyarakat yang lebih luas. CSR merupakan kegiatan rutin dan berkesinambungan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan nilai perusahaan. CSR bukan lagi menjadi hambatan bagi perusahaan dalam mencapai keuntungan, namun CSR dapat membantu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan jangka panjang. Di sisi lain, kebutuhan *long-term profit* perusahaan didukung oleh pembentukan nama baik perusahaan dalam aspek non-keuangan sehingga berdampak langsung pada peningkatan kinerja keuangan perusahaan (Ekawati, 2011). Oleh karena itu, perusahaan kini memilih untuk tidak hanya mementingkan aspek untuk mencari laba yang sebesar-besarnya, namun perusahaan telah memiliki kepekaan dan kepedulian sosial dan lingkungan. Dengan adanya konsep

ini, perusahaan dapat mengembangkan bisnisnya dengan mengurangi gangguan dan konflik sosial serta meningkatkan kontribusi aktif terhadap lingkungan sekitar. Karena konflik yang terjadi antara perusahaan dan masyarakat dapat ditelusuri dari dua penyebab, yaitu (1) tidak adanya kesesuaian kepentingan antara perusahaan dengan masyarakat lokal, serta (2) terdapat perbedaan persepsi mengenai konsep “adil” (Heal, 2004). Ketika perusahaan memiliki citra yang positif di masyarakat, itu menandakan bahwa perusahaan telah memiliki reputasi dan legitimasi sosial yang baik, sehingga perusahaan dapat diterima oleh publik dan perusahaan dapat meningkatkan kemampuan untuk menegosiasikan kontrak dengan *stakeholder* serta dapat mengurangi biaya modal (Fombrun *et al.*, 2000).

Untuk memastikan bahwa perusahaan telah beroperasi sesuai dengan peraturan dan norma yang berlaku di masyarakat dan lingkungan dimana perusahaan berada, perusahaan berusaha memastikan bahwa kegiatan operasional perusahaan diterima sebagai sesuatu yang “sah” (Deegan, 2002). Kepedulian perusahaan terhadap lingkungan sekitar membantu perusahaan dalam upaya menjaga eksistensi perusahaan dan keberlangsungan aktivitas perusahaan agar dapat tetap diterima oleh masyarakat. Beberapa penelitian terdahulu memandang bahwa pelaporan informasi sosial dan lingkungan sebagai metode yang digunakan perusahaan untuk merespon tekanan publik (Guthrie dan Richerri, 2006).

Informasi sosial dan lingkungan yang diungkapkan oleh perusahaan menjadi daya tarik tersendiri bagi para investor (Anggraini, 2006). Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan laporan keberlanjutan (*sustainability report*)

sebagai suatu sarana bagi perusahaan untuk mengungkapkan informasi mengenai aspek sosial, lingkungan, dan keuangan secara bersamaan.

Beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait hubungan antara CSR terhadap kinerja keuangan adalah penelitian Januarti dan Apriyanti (2005) yang menggunakan sampel penelitian sebanyak 31 perusahaan dari 15 sub-sektor industri yang menemukan bahwa tanggung jawab sosial perusahaan tidak berpengaruh pada kinerja keuangan perusahaan.

Rosiliana *et al.* (2014) melakukan penelitian dengan sampel perusahaan LQ45 menemukan bahwa aktivitas CSR berpengaruh positif dan signifikan pada *Return on Assets* (ROA) dan *Return on Sales* (ROS) namun tidak mempengaruhi *Return on Equity* (ROE).

Adanya ketidakkonsistenan hasil menimbulkan *research gap*, maka diperlukan variabel yang dapat memperkuat atau memperlemah hubungan CSR terhadap kinerja keuangan, dalam hal ini variabel yang digunakan adalah manajemen laba.

Manajemen laba merupakan suatu pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer, atau tindakan yang mempengaruhi laba untuk mencapai tujuan khusus dalam melaporkan laba (Scott, 2009). Pengungkapan informasi sosial yang dilakukan perusahaan bertujuan untuk membangun *image* perusahaan dan menarik perhatian masyarakat. Dalam proses membangun *image* perusahaan tersebut, manajer memerlukan insentif yang akan mempengaruhi laba dimana laba yang dilaporkan pada tahun berjalan akan menjadi lebih rendah. Kurangnya pengawasan pada sistem pengawasan perusahaan dapat dimanfaatkan oleh

manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba menggunakan dasar akuntansi akrual sebagai langkah untuk mengintervensi penyusunan laporan keuangan (Cespa dan Cestone, 2007) maupun melakukan manajemen laba melalui manipulasi aktivitas riil (Graham *et al.*, 2005).

Manajemen laba tidak hanya berhubungan dengan usaha pemanipulasian data informasi akuntansi, namun dapat juga dilakukan dengan cara memilih metode akuntansi (*accounting methods*) yang diperkenankan sesuai aturan akuntansi yang tersedia. Walaupun tindakan manajemen laba merupakan hal yang legal dan tidak melanggar aturan, manajemen laba dapat membawa konsekuensi yang paling fatal, yaitu hilangnya kepercayaan dan dukungan dari para *stakeholder* (Kusuma, 2013). *Stakeholder* akan memberikan respon negatif berupa tekanan dari pemegang saham, sanksi dari pembuat regulasi, ditinggalkan oleh rekan kerja, adanya boikot dari aktivis, dan pemberitaan negatif di media massa (Prior *et al.*, 2008). Tindakan-tindakan tersebut merupakan bentuk ketidakpuasan *stakeholder* terhadap kinerja perusahaan yang berdampak pada rusaknya reputasi perusahaan di pasar modal (Fombrun *et al.*, 2000).

Aktivitas CSR seringkali dimanfaatkan oleh manajer perusahaan sebagai strategi untuk mempertahankan diri (*entrenchment strategy*) dari tindakan dalam mengelola laba perusahaan. Manajer melakukan pemanipulasian pendapatan dengan menggunakan kegiatan CSR sebagai strategi untuk menjaga hubungan dan mendapatkan dukungan dari *shareholder* maupun *stakeholder* (Prior *et al.*, 2008). Hal serupa juga diungkapkan oleh Handajani *et al.* (2010) bahwa manajer akan

menggunakan pengungkapan CSR untuk melakukan pemanipulasian laba akrual sebagai cara untuk mendapatkan dukungan dari para *stakeholder*.

Terdapat beberapa perkembangan penelitian tentang CSR, Prior *et al.* (2008) menggunakan sampel sebanyak 593 perusahaan dari 26 negara membuktikan bahwa perusahaan yang secara rutin melakukan aktivitas CSR yang juga melakukan tindakan manajemen laba mengakibatkan lemahnya hubungan CSR dan kinerja keuangan perusahaan dimana kinerja keuangan di masa depan memburuk akibat adanya praktik manajemen laba. Hasil penelitian Prior *et al.* (2008) didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Dianita dan Rahmawati (2011).

Selanjutnya, Tumewu dan Rudiawarni (2014) melakukan penelitian dengan menggunakan 30 sampel perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI yang menghasilkan kesimpulan bahwa *earnings management* tidak mempengaruhi hubungan antara CSR dan CFP.

Berdasarkan uraian di atas, konteks permasalahan yang akan digunakan untuk penelitian ini adalah adanya penggunaan mekanisme CSR sebagai alat pertahanan diri ketika manajer melakukan tindakan yang merusak kepercayaan *stakeholder*. Seperti yang dijelaskan oleh Cespa dan Cestone (2007), manajemen yang memanipulasi laba mempunyai strategi memproyeksikan *socially-friendly image* melalui aktivitas CSR untuk memperoleh dukungan dari *stakeholder*.

Dengan menggunakan strategi tersebut, manajer akan mengurangi kemungkinan mendapatkan tekanan akibat adanya ketidakpuasan *stakeholder* yang kepercayaannya dirusak oleh adanya praktik manajemen laba tersebut.



Karena pengaruh antara manajemen laba dan CSR akan berdampak pada kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang, maka perusahaan harus mampu menyediakan sumber keuangan yang memadai (Prior *et al.*, 2008).

Atas dasar fenomena tersebut, peneliti termotivasi untuk melakukan penelitian yang menjelaskan tentang pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan serta pengaruh CSR terhadap kinerja keuangan perusahaan yang dimoderasi (diperkuat atau diperlemah) dengan adanya praktik manajemen laba. Hal menarik lainnya adalah karena CSR dianggap penting sebagai wujud pertanggungjawaban manajemen kepada *stakeholder* dan juga agar perusahaan tetap dapat memelihara keberlanjutan di masa yang akan datang.

Penelitian ini menggunakan rasio *Return on Assets* (ROA) untuk mengukur kinerja keuangan perusahaan. Rasio ROA mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih berdasarkan pada tingkat aset tertentu (Hanafi dan Halim, 2003). Selain itu, ROA merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara menyeluruh untuk menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan, dimana semakin tinggi tingkat rasio ROA maka semakin baik keadaan perusahaan (Syamsudin, 2004).

Indeks CSR yang digunakan berdasarkan pada *Global Reporting Initiative G3.1 Guidelines* (GRI G3.1) yang diterbitkan oleh lembaga *Global Reporting Initiative* (GRI). Dalam indeks tersebut terdapat 83 kriteria pengungkapan yang terbagi dalam enam indikator. Keenam indikator tersebut ialah indikator kinerja ekonomi yang terdiri dari sembilan kriteria, indikator kinerja lingkungan yang terdiri dari 30 kriteria, indikator kinerja tenaga kerja yang terdiri dari 14 kriteria,

indikator Hak Asasi Manusia (HAM) yang terdiri dari 11 kriteria, indikator kinerja sosial yang terdiri dari 10 kriteria, dan indikator tanggung jawab produk yang terdiri dari sembilan kriteria.

Penelitian ini menggunakan perusahaan *go public* dan terdaftar di Bursa Efek Indonesia yang mengikuti *event* penghargaan *Indonesia Sustainability Reporting Award* (ISRA) berturut-turut dari tahun 2012 - 2014.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka masalah pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

- 1) Apakah aktivitas CSR memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan?
- 2) Apakah praktik manajemen laba melemahkan hubungan antara aktivitas CSR dan kinerja keuangan perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Atas rumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

- 1) Memperoleh informasi dan bukti empiris adanya pengaruh positif antara aktivitas CSR terhadap kinerja keuangan.
- 2) Memperoleh informasi dan bukti empiris adanya pengaruh praktik manajemen laba terhadap hubungan antara aktivitas CSR dan kinerja keuangan perusahaan.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi informasi dan pengetahuan untuk pengembangan teori yang menyangkut masalah manajemen laba, aktivitas CSR, serta kinerja keuangan perusahaan.

2) Bagi Investor

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi atas aspek-aspek yang perlu dipertimbangkan dalam menilai suatu perusahaan karena aktivitas CSR terkadang dilakukan oleh adanya motivasi untuk melakukan praktik manajemen laba.

3) Bagi *Stakeholder*

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran pentingnya pengawasan terhadap pelaksanaan aktivitas CSR dan pengungkapannya untuk menghindari praktik-praktik yang tidak seharusnya dilakukan oleh pihak manajemen sehingga perusahaan memiliki tanggung jawab penuh terhadap pelaksanaan aktivitas CSR.

#### 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

**BAB 1 : PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

**BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan tentang dasar-dasar teori yang berhubungan dengan penelitian dan didapat dari literatur-literatur serta bahasan hasil-hasil penelitian sebelumnya yang sejenis. Dalam bab ini dijelaskan pula hipotesis dan kerangka konseptual yang akan diuji.

**BAB 3 : METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang bagaimana pelaksanaan operasional penelitian ini. Oleh karena itu diuraikan variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang akan digunakan.

**BAB 4 : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini membahas secara deskriptif variabel-variabel yang berkaitan dengan masalah penelitian, analisis dan data yang digunakan, serta pembahasan mengenai masalah yang diteliti.

**BAB 5 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini menyajikan kesimpulan akhir yang diperoleh dari hasil analisis pada bab sebelumnya dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.