

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Keagenan

Teori keagenan adalah hubungan antara *principal* dan *agent*. *Principal* adalah *investor* dan kreditor, sedangkan *agent* adalah manajemen perusahaan. *Investor* dan kreditor menyediakan fasilitas dan mendelegasikan kebijakan pembuatan keputusan kepada *agent*, sedangkan *agent* diwajibkan memberikan laporan periodik kepada *principal* tentang usaha yang dijalankannya. *Principal* akan menilai kinerja *agent* melalui laporan keuangan yang disampaikan kepadanya (Godfrey *et al.*, 2010).

Jensen dan Meckling dalam Godfrey *et al.* (2010) menyatakan bahwa hubungan keagenan terkadang menimbulkan masalah antara *principal* dan *agent*. Permasalahan ini biasa dikenal dengan istilah *agency problem*. *Agency problem* muncul karena adanya konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*, kontrak yang tidak lengkap, serta adanya asimetri informasi. Asimetri informasi merupakan suatu kondisi dimana pihak *agent* mengetahui lebih banyak kondisi internal perusahaan dibandingkan *principal*. Hal ini karena *agent* yang menjalankan kegiatan operasional perusahaan sehingga *agent* lebih mengetahui keadaan perusahaan.

Salah satu bentuk masalah keagenan yang dapat timbul adalah laba akuntansi yang dihasilkan. *Agent* berupaya untuk menghasilkan laba yang setinggi

mungkin untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang baik. Hal ini karena kompensasi *agent* ditentukan oleh laba yang dihasilkan Sementara *principal* memiliki kepentingan untuk memperoleh informasi laba yang mencerminkan keadaan perusahaan yang sesungguhnya. (Godfrey *et al.*, 2010).

Dalam menghasilkan laba yang tinggi, *agent* dapat melakukan manajemen laba. Semakin banyak manajemen laba yang dilakukan oleh *agent*, semakin buruk kualitas laba yang dihasilkan. Kualitas laba yang buruk tentu tidak mencerminkan keadaan perusahaan yang sesungguhnya. Dalam hal ini, *principal* tentu menginginkan kualitas laba yang baik dan penghindaran adanya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan.

2.2. Teori Stakeholder

Stakeholder adalah suatu kelompok atau individu yang saling mempengaruhi dan dipengaruhi oleh pencapaian tujuan perusahaan. Teori *stakeholder* menggambarkan ke pihak mana saja perusahaan harus bertanggung jawab (Freeman dan Veal, 2001). Pada teori ini hubungan antara *stakeholder* dan perusahaan akan membentuk suatu tanggung jawab.

Pada dasarnya *stakeholder* memiliki kepentingan atau perhatian terhadap masalah tertentu. Atas dasar tersebut muncul keterkaitan antara *stakeholder* dan perusahaan (Azheri, 2012). Semakin kuat hubungan antara *stakeholder* dan perusahaan, semakin baik bisnis perusahaan berjalan. Hal ini karena adanya kepercayaan dari para *stakeholder* kepada perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Dalam hal ini keberadaan perusahaan didukung oleh para *stakeholder*.

Hubungan yang istimewa antara *stakeholder* dan perusahaan bahkan dapat menimbulkan keunggulan kompetitif bagi perusahaan (Mardikanto, 2014). Perusahaan memiliki nilai lebih dibandingkan dengan para pesaingnya. Perusahaan akan dipandang telah beroperasi bukan hanya untuk kepentingan perusahaan saja, tetapi juga dapat memberikan manfaat bagi para *stakeholder*. Perusahaan yang dapat bertahan dalam persaingan dunia bisnis tidak dapat mengandalkan strategi atau usaha internal saja tetapi perlu dukungan dan peran para *stakeholder*.

2.3. Manajemen Laba

Menurut Schipper (1989) dalam Subramanyam (2010) mendefinisikan manajemen laba sebagai intervensi yang disengaja oleh manajemen dalam proses penentuan laba, yang pada umumnya untuk memenuhi tujuan pihak manajemen. Manajemen laba sering digunakan untuk mempercantik isi laporan keuangan. Dalam hal ini, manajemen laba dikenal sebagai *cosmetic* atau dalam istilah lain yaitu *cosmetic earnings management*.

Cosmetic earnings management adalah hasil potensial akibat peluang kebebasan dalam penerapan akuntansi akrual. Kebebasan dalam penerapan akuntansi akrual ini digunakan oleh manajemen untuk mempercantik laporan keuangan. Dalam membatasi kebebasan ini diperlukan standar akuntansi. Namun, mustahil untuk menghilangkan secara penuh kebebasan ini karena aktivitas bisnis yang kompleks.

Menurut Subramanyam (2010), ada beberapa strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk melakukan manajemen laba, yaitu:

1. *Increasing Income*

Strategi perusahaan untuk meningkatkan laba periode tertentu agar kinerja perusahaan terlihat baik. Peningkatan laba ini dapat melalui kegiatan non-operasional perusahaan atau pemanfaatan akuntansi akrual, misalnya penjualan aset perusahaan dan peningkatan penjualan kredit.

2. *Big Bath*

Strategi perusahaan ini dengan melakukan *write-off* sebanyak mungkin pada satu periode terburuk. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar laba pada periode berikutnya terlihat lebih baik. Strategi ini dilakukan saat perubahan manajemen, merger, atau restrukturisasi.

3. *Income Smoothing*

Strategi ini untuk menurunkan fluktuasi laba pada setiap periode. Perataan ini dilakukan dengan penundaan pelaporan laba sehingga dapat dilaporkan pada periode yang buruk.

Manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan memiliki dampak terhadap kualitas laba dalam laporan keuangan. Kualitas laba berarti relevansi laba dalam mengukur kinerja perusahaan. Semakin banyak manajemen laba dilakukan, semakin rendah kualitas laba yang akan dihasilkan. Para analis keuangan mendefinisikan manajemen laba sebagai tingkat konservatisme yang diadopsi oleh perusahaan dalam penyusunan laporan keuangan. Definisi lain memaknai kualitas laba sebagai distorsi akuntansi. Distorsi akuntansi dimaknai sebagai jika informasi laporan keuangan perusahaan dapat menggambarkan aktivitas perusahaan secara akurat, maka kualitas laba perusahaan tersebut tinggi (Subramanyam, 2010).

Menurut Subramanyam (2010), ada tiga faktor yang dapat menentukan kualitas laba, yaitu:

1. Prinsip-prinsip akuntansi (*Accounting principles*)
2. Penerapan akuntansi (*Accounting application*)
3. Risiko Bisnis (*Business Risk*)

Menurut Sulistyanto (2008) dan Sanjaya (2008), ada beberapa motivasi dalam menyebabkan tindakan manajemen laba dilakukan. Motivasi tersebut adalah sebagai berikut.

1. Motivasi Bonus

Manajemen yang menerima bonus berdasarkan laba atas kinerjanya akan melakukan manajemen laba untuk memaksimalkan bonus yang diterima.

2. Motivasi Kontraktual Lainnya

Manajemen melakukan manajemen laba untuk terhindar dari pelanggaran terhadap batasan-batasan yang termuat dalam kontrak kredit.

3. Motivasi Politik

Perusahaan besar pada industri yang strategis cenderung menjadi perusahaan monopoli. Perusahaan pada kondisi ini akan menggunakan manajemen laba untuk mengurangi visibilitasnya dengan cara menurunkan laba yang diperoleh. Hal ini dilakukan untuk mengurangi pengawasan dari pemerintah.

4. Motivasi Pajak.

Manajer termotivasi untuk melakukan manajemen laba untuk menurunkan pajak yang harus dibayar.

5. Pergantian CEO

Manajemen yang akan diganti akan melakukan manajemen laba untuk memaksimalkan bonus yang akan diperolehnya.

6. Motivasi Pasar Modal

Motivasi pasar modal muncul karena informasi laba digunakan secara luas oleh para investor dan analis untuk menilai kinerja perusahaan di masa depan. Kondisi ini dapat menjadi kesempatan bagi manajer untuk memanipulasi laba sehingga dapat mempengaruhi harga saham perusahaan.

2.4. Akuntansi Berbasis Akrual

Akuntansi akrual adalah metode pencatatan pendapatan dan beban yang diakui saat transaksi terjadi dan tidak bergantung pada arus kas yang terjadi (Sitanggang *et al.*, 2017). Akuntansi berbasis akrual mengakui pendapatan dan beban didasarkan pada jumlah yang akan diterima atau dibayar dari suatu transaksi, sehingga tidak memperhatikan aliran kas pada transaksi tersebut. Menurut Healy dan De Angelo dalam Imelda dan Palauw (2012), akrual terdiri atas *discretionary accruals* dan *non discretionary accruals*.

a. *Discretionary Accruals*

Discretionary accruals adalah pengakuan akrual yang bebas serta tidak diatur sehingga bergantung pada kebijakan manajemen. Akrual yang dihasilkan murni berasal dari motivasi manajemen yang dilakukan melalui kebijakan-kebijakan manajemen. Contoh *Discretionary accruals* adalah penentuan cadangan kerugian piutang yang tak tertagih. Scott (2012) menjelaskan ada empat komponen *discretionary accruals*

yang dapat mempengaruhi laba yaitu penentuan biaya depresiasi, jumlah piutang bersih, nilai persediaan, serta nilai utang usaha dan liabilitas akrual.

b. *Non Discretionary Accruals*

Non discretionary accruals adalah akrual yang dihasilkan karena prinsip akuntansi yang berterima secara umum. Akrual yang dihasilkan ditentukan oleh faktor-faktor yang tidak dapat dikendalikan oleh manajemen. Contoh *non-discretionary accruals* adalah pemilihan metode depresiasi yang diijinkan dalam PSAK.

Berdasarkan jenis *accruals* tersebut, dapat disimpulkan bahwa *discretionary accruals* dapat menyebabkan informasi menjadi bias dalam laporan keuangan. Hal ini karena manajemen dapat menghasilkan laba yang terlihat baik melalui kebijakan yang dapat mempengaruhi laba yang dihasilkan. Hal ini menunjukkan bahwa manajemen laba dalam laporan keuangan dapat dinilai dari besaran *discretionary accruals* yang dilakukan oleh manajemen. Semakin tinggi nilai *discretionary accruals*, semakin banyak praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan.

2.5. Pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) adalah suatu konsep yang mengarahkan agar seluruh aspek kegiatan bisnis memperhatikan kepentingan para pemangku kepentingan (Ambadar, 2008). CSR berarti bentuk tanggung jawab perusahaan secara sosial terhadap masyarakat yang telah berperan terhadap keberlangsungan perusahaan. Atas dukungan dari masyarakat, perusahaan dapat

mempertahankan dan mengembangkan aktivitas bisnisnya. Dukungan masyarakat ini ditanggapi oleh perusahaan dengan memberikan timbal balik kepada masyarakat melalui kegiatan CSR.

Pelaksanaan CSR di Indonesia diatur dalam beberapa undang-undang. Undang-undang yang mengatur pelaksanaan CSR tersebut, yaitu.

a. Undang-undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Undang-undang ini mewajibkan perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan atau memanfaatkan sumber daya alam wajib untuk melaksanakan CSR. Perusahaan yang kegiatan usahanya berkaitan dengan sumber daya alam berarti kegiatan usaha perusahaan tersebut memiliki dampak terhadap sumber daya alam.

b. Undang-undang No. 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal

Dalam undang-undang ini setiap penanam modal wajib melaksanakan CSR. Penanam modal yang dimaksud dalam undang-undang ini adalah perseorangan atau badan usaha yang melakukan penanaman modal yang berupa penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing.

Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR seperti yang diatur dalam UU No. 40 Tahun 2007 wajib untuk melaporkan kegiatan CSR tersebut dalam laporan tahunan perusahaan. Perusahaan akan mengungkapkan kegiatan CSR yang telah dilakukan dalam satu tahun. Menurut Gray *et al.* dalam Yuliana (2010) menjelaskan ada beberapa teori yang mendasari perusahaan untuk melakukan pengungkapan CSR.

a. *Decision Usefulness Studies*

Teori ini berpandangan bahwa seluruh pengguna laporan keuangan yang lain selain investor menggunakan laporan keuangan untuk pengambilan keputusan ekonomi. Dalam pengambilan keputusan pihak-pihak tersebut juga memerlukan informasi sosial selain informasi akuntansi yang dikenal selama ini.

b. *Economic Theory Studies*

Teori ini didasari oleh teori agensi yang membedakan antara pengelola perusahaan dan pemilik perusahaan. Pengelola perusahaan memberikan pertanggungjawaban atas segala sumber daya yang dikelola kepada pemilik perusahaan melalui laporan keuangan. Pada *economic theory studies*, pemangku kepentingan tidak hanya terbatas pada pemilik perusahaan, tetapi masyarakat secara luas. Hal ini mendorong perusahaan untuk mengungkapkan informasi CSR demi memenuhi kepentingan pemangku kepentingan secara luas.

c. *Social and Political Studies*

Sektor ekonomi tidak dapat dipisahkan dari aspek sosial, politik, dan kerangka institusional. Aspek sosial dan politik mencakup dua teori utama yaitu teori *stakeholder* dan teori legitimasi. Pada teori *stakeholder*, pelaporan keuangan perlu memperhatikan kebutuhan para *stakeholder*. Hal ini karena eksistensi perusahaan ditentukan oleh para *stakeholder*. Pada teori legitimasi, perusahaan dalam melaksanakan kegiatan bisnis perlu menyesuaikan diri dengan sistem nilai yang ada di masyarakat. Usaha agar

perusahaan dapat diterima di masyarakat diwujudkan melalui pengungkapan CSR. Hal tersebut dilaksanakan agar keberadaan dan aktivitas bisnis perusahaan didukung oleh masyarakat.

2.6. Global Reporting Initiative (GRI)

Kegiatan CSR berkaitan erat dengan *sustainability report*. Salah satu organisasi yang fokus pada pengembangan standar dan pedoman pengungkapan *sustainability report* adalah *Global Reporting Initiative* (GRI). GRI adalah organisasi internasional yang berpusat di Amsterdam, Belanda. Menurut GRI, *sustainability reporting* adalah praktik dalam mengukur dan mengungkapkan aktivitas perusahaan sebagai tanggung jawab kepada seluruh *stakeholders* mengenai kinerja organisasi dalam mewujudkan tujuan pembangunan berkelanjutan. Sejak tahun 2013, GRI telah mengeluarkan pedoman pelaporan keberlanjutan terbaru yaitu GRI G4.

Pada GRI G4 terdapat 91 item pengungkapan yang terdiri dari kategori ekonomi (9 item), kategori lingkungan (34 item), kategori sosial (48 item). Indeks GRI dipilih pada penelitian ini karena organisasi ini menyusun pedoman laporan keberlanjutan secara global dan telah diadopsi oleh Perserikatan Bangsa-bangsa (PBB). Pedoman laporan keberlanjutan yang diterbitkan GRI dinilai dapat mengukur kualitas pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan dalam laporan tahunan.

2.7. Efektivitas Komite Audit

Komite audit merupakan salah satu komponen dari tata kelola perusahaan yang berperan dalam mengawasi manajemen dan auditor independen dalam proses pelaporan keuangan. Keberadaan komite audit telah diatur dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 55/POJK.04/2015 Tentang Pembentukan dan Pedoman Pelaksanaan Kerja Komite Audit. Peraturan tersebut juga mewajibkan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia untuk membentuk komite audit.

Keberadaan komite audit pada suatu perusahaan dapat mengurangi praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Pada kebanyakan penelitian terdahulu, hubungan komite audit dan manajemen laba hanya dilihat dari keberadaan komite audit atau jumlah anggota komite audit saja. Padahal keberadaan komite audit saja dalam suatu perusahaan belum tentu mencapai tujuan utama keberadaan komite audit yaitu perlindungan terhadap kepentingan pemegang saham atas informasi keuangan yang dihasilkan. Oleh karena itu, keberadaan komite audit harus dilihat dari efektivitas komite audit.

Menurut De Zoort *et al.*, efektivitas ditentukan oleh empat komponen (Ika dan Ghazali, 2012). Empat komponen tersebut adalah sebagai berikut.

a. *Composition*

Komposisi merujuk pada persyaratan yang diperlukan sebagai anggota komite audit seperti independensi, kapabilitas, latar belakang pendidikan, dan pengalaman. Persyaratan seperti itu diperlukan untuk

memastikan bahwa anggota komite audit dapat melakukan perannya untuk melindungi kepentingan pemegang saham dengan sebaik-baiknya.

b. *Authority*

Komponen *authority* disini merujuk pada otoritas yang diberikan kepada komite audit saat menjalankan tugasnya. Segala bentuk tanggung jawab komite audit telah dinyatakan dalam piagam komite audit. Piagam ini berguna untuk komite audit sebagai pedoman dalam melaksanakan tugas-tugasnya.

c. *Resources*

Komite audit yang efektif harus memiliki sumber daya yang cukup dalam pelaksanaan tugasnya. Jumlah anggota audit harus memadai agar pelaksanaan tugas komite audit dapat berjalan dengan baik.

d. *Dilligence*

Dilligence berarti setiap anggota komite audit bekerja sama untuk persiapan, melakukan tanya jawab, dan berusaha memperoleh jawaban ketika berurusan dengan manajemen, auditor internal, auditor eksternal, dan konstituen lainnya. Ketekunan ini dapat dinilai dari jumlah pertemuan komite audit dalam satu tahun dan pengungkapan sukarela yang dilakukan oleh komite audit.

2.8. Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu terkait pengaruh pengungkapan CSR dan efektivitas komite audit terhadap manajemen laba masih memberikan hasil yang belum konsisten. Penelitian yang berjudul "Are Socially Responsible Managers

Really Ethical? Exploring The Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility” dilakukan oleh Prior dan Tribo (2008). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan dari 26 negara dalam periode tahun 2002 – 2004. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Perusahaan yang mengungkapkan CSR akan mendapatkan citra positif dari masyarakat. Hal ini memberikan kesempatan kepada perusahaan untuk melakukan manajemen laba.

Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Chih *et al.* (2008) dengan judul *”Corporate Social Responsibility, Investor Protection, and Earnings Management: Some International Evidence”* menunjukkan hasil pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan dari 46 negara dalam periode tahun 1993 – 2002. Pengungkapan CSR yang lebih luas membuat perusahaan lebih transparan dan mengurangi praktik manajemen laba. Penelitian serupa dengan judul *“Earnings Management and Corporate Social Responsibility: UK evidence”* dilakukan oleh Almahrog *et al.* (2017) dengan sampel perusahaan-perusahaan di Inggris. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Penelitian dengan judul *“Audit Committees and Earnings Management – Evidence from the German Two-Tier Board System”* dilakukan Albersmann dan Hohenfels (2017). Penelitian ini menggunakan sampel perusahaan publik di Jerman dalam periode tahun 2005 – 2009. Hasil penelitian menunjukkan komite audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Keberadaan komite audit berfungsi

dalam menelaah informasi keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan, sehingga keberadaan komite audit dapat mengurangi praktik manajemen laba. Sementara itu, penelitian serupa dilakukan oleh Kosasih dan Widayati (2013) dengan judul "Pengaruh Independensi Komite Audit, Efektivitas Komite Audit, dan Leverage Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan di Sektor Industri Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2009 - 2011". Penelitian ini menunjukkan komite audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan.

Berikut ini adalah tabel ringkasan hasil penelitian-penelitian terdahulu yang telah dijabarkan di atas.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Prior dan Tribo (2008)	<i>Are Socially Responsible Managers Really Ethical? Exploring The Relationship Between Earnings Management and Corporate Social Responsibility</i>	X = CSR disclosures Y = earnings management	Pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
Almahrog et al. (2017)	<i>Earnings Management and Corporate Social Responsibility: UK evidence</i>	X = CSR disclosures Y = earnings management	Pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
Albersmann dan Hohenfels (2017)	<i>Audit Committees and Earnings Management – Evidence from the German Two-Tier Board System</i>	X = <i>audit commitees</i> Y = earnings management	Komite audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.
Kosasih dan Widayati (2013)	Pengaruh Independensi Komite Audit, Efektivitas Komite Audit, dan Leverage Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan di Sektor Industri Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2009 - 2011	X1 = independensi komite audit X2 = efektivitas komite audit X3 = leverage Y = Manajemen Laba	<ul style="list-style-type: none"> • Independensi komite audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. • Efektivitas komite audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. • Leverage berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Sumber : Penelitian Terdahulu

2.9. Pengembangan Hipotesis

2.9.1. Pengaruh Pengungkapan CSR Terhadap Manajemen Laba

Pengungkapan CSR yang dilakukan oleh perusahaan menciptakan citra positif bagi perusahaan. Perusahaan akan terlihat lebih transparan bagi *stakeholder*. Citra yang positif ini adalah sesuatu yang berharga bagi perusahaan, sehingga perusahaan perlu menjaga citra perusahaan dengan baik. Dalam hal pelaporan keuangan, perusahaan akan menghasilkan kualitas laporan keuangan yang baik dengan tujuan menjaga citra positif ini.

Perusahaan perlu mempertimbangkan kesesuaian setiap tindakan yang dilakukan perusahaan dengan etika atau pandangan dalam masyarakat. Pengungkapan CSR disini mendorong perusahaan untuk mempertimbangkan masalah etika dan reputasi saat menyajikan laporan keuangan. Dorongan ini membuat perusahaan berupaya untuk menghasilkan kualitas laba yang baik dalam laporan keuangan, sehingga perusahaan mengurangi praktik manajemen laba.

Di sisi yang lain, pengungkapan CSR dinilai sebagai salah satu upaya perusahaan untuk membuka peluang melakukan manajemen laba. Perusahaan yang melakukan pengungkapan CSR yang tinggi akan mendapatkan kepercayaan dan citra positif dari *stakeholder*. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memanfaatkan kesempatan ini dalam melakukan manajemen laba (Salewski dan Zulch, 2012).

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Almahrog *et al.* (2017) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR akan mengurangi praktik manajemen laba pada pelaporan keuangan perusahaan. Sebaliknya penelitian yang dilakukan oleh Prior dan Tribo (2008) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Aktivitas CSR dianggap sebagai alat yang digunakan perusahaan untuk mengalihkan perhatian *stakeholder*, sehingga perusahaan dapat melakukan manajemen laba. Berdasarkan penjelasan di atas, hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H1 : Pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba.

2.9.2. Pengaruh Efektivitas Komite Audit Terhadap Manajemen Laba

Komite audit merupakan salah satu komponen yang berperan penting dalam sistem pelaporan keuangan. Komite audit berperan mengawasi partisipasi manajemen dan auditor independen dalam proses pelaporan keuangan (Pamudji dan Trihartati, 2010). Keberadaan komite audit saja tidak cukup dalam proses pelaporan keuangan tetapi kinerja komite audit harus efektif. Efektivitas komite audit penting dalam usaha mencegah praktik-praktik manajemen laba yang dapat terjadi.

Komite audit yang efektif harus memiliki anggota yang memiliki wewenang dan sumber daya manusia yang dapat melindungi kepentingan *stakeholder* dengan memastikan reliabilitas laporan keuangan, pengendalian internal, dan manajemen risiko melalui pengawasan penuh (Zoort dan Salterio., 2002). Komite audit yang efektif dapat meningkatkan pengawasan terhadap kualitas laporan keuangan yang dihasilkan. Pengawasan komite audit ini dapat mengurangi praktik-praktik manajemen laba yang mungkin dilakukan oleh perusahaan sehingga dapat menghasilkan kualitas laba yang baik.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Albersmann dan Hohenfels (2017) menunjukkan komite audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Keberadaan komite audit dapat memastikan kualitas informasi keuangan yang dihasilkan berkualitas, sehingga dapat mengurangi praktik manajemen laba perusahaan. Sementara penelitian yang dilakukan oleh Kosasih dan Widayati (2013) menunjukkan efektivitas komite audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Ukuran efektivitas komite audit pada penelitian ini hanya berdasarkan jumlah anggota komite audit dan keahlian bidang keuangan anggota komite audit.

Definisi keahlian bidang keuangan tidak seragam antar perusahaan, sehingga efektivitas komite audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Berdasarkan uraian di atas, hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

H2 : Efektivitas komite audit berpengaruh terhadap manajemen laba

