

BAB II

TEORI KEAGENEN, TEORI LEGITIMASI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. Teori Keagenan

Teori keagenan menjelaskan hubungan satu atau lebih orang (*principal*) yang memilih orang lain (*agent*) untuk melaksanakan instruksi mereka dan membuat pilihan terbaik atas nama mereka (Jensen & Meckling, 1976). Dalam kapasitasnya sebagai agen, manajer harus bertanggung jawab memaksimalkan keuntungan prinsipal mereka dan mengumpulkan kompensasi yang disepakati. Karena kepentingan mereka yang berbeda, manajer dan *principal* dalam hubungan keagenan dapat mengalami konflik. Kepentingan pribadi manajer sering bertabrakan dengan kepentingan pemilik bisnis (Sugiarto, 2009). Konflik keagenan akan terjadi ketika manajer sering memutuskan kepentingan mereka sendiri daripada kepentingan pemegang saham.

Asimetri informasi akan terjadi ketika agen memiliki informasi yang lengkap sedangkan prinsipal tidak, yang dapat menyebabkan konflik keagenan. Konflik kepentingan dan asimetri pengetahuan antara prinsipal dan agen dapat mempengaruhi agen untuk memberikan informasi palsu kepada prinsipal. Terdapat dua macam asimetri informasi, yaitu (Scott, 2015):

1. *Adverse Selection*

Manajer dan orang dalam lainnya lebih berpengetahuan daripada investor luar tentang status perusahaan dan prospek masa depan.

2. *Moral Hazard*

Pemegang saham atau pemberi pinjaman mungkin tidak sepenuhnya mengetahui semua operasi manajer. Dengan demikian, manajer dapat beroperasi dengan cara yang melanggar kontrak dan/atau tidak praktis dari sudut pandang etika tanpa kesadaran pemegang saham.

Manajer ingin memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri dan menempatkan kepentingan mereka sendiri di atas kepentingan pemilik bisnis karena kesenjangan informasi dan konflik kepentingan (Jensen & Meckling, 1976). Dalam hal ini, agen dapat mengontrol pendapatan dengan memodifikasi angka akuntansi yang ditampilkan dalam laporan keuangan.

2.2. Teori Legitimasi

Teori legitimasi merupakan teori yang menjelaskan interaksi perusahaan kepada pihak eksternal (Rankin *et al.*, 2018). Teori legitimasi menyatakan bahwa perusahaan merupakan bagian dari masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan perlu untuk memperhatikan norma-norma sosial dalam masyarakat supaya perusahaan bisa semakin legitimate (sah). Hal ini umumnya didasari oleh kontrak sosial antara masyarakat dengan perusahaan yang beroperasi dan menggunakan sumber ekonomi (Chairi & Ghozali, 2007). Dalam kontrak sosial ini, masyarakat berharap dan berekspektasi kepada perusahaan atau bisnis yang beroperasi di lingkungan sekitar mereka. Berdasarkan ekspektasi dari masyarakat tersebut, perusahaan tentu harus menunjukkan bahwa kegiatan bisnis sudah sesuai dengan harapan dalam kontrak

sosial, dengan menjalankan tanggung jawabnya kepada masyarakat serta lingkungan.

Legitimasi dapat terjadi apabila perusahaan mengkomunikasikan kinerja mereka atau melalui pengungkapan sosial dan lingkungan (Berthelot & Robert, 2011). Perusahaan harus menghormati hak-hak publik untuk mempertahankan legitimasinya. Teori legitimasi umumnya digunakan untuk menjelaskan pengungkapan keberlanjutan dan informasi-informasi yang berkaitan dengan aktivitas sosial serta lingkungan perusahaan. Adanya teori legitimasi ini, perusahaan akan berusaha meningkatkan kinerja keuangannya agar mendapatkan perhatian dari masyarakat. Kinerja keuangan perusahaan bisa dilaporkan melalui laporan tahunan (*annual report*). Melaporkan laporan tahunan atau laporan keberlanjutan suatu perusahaan kepada publik dapat menjadi cara untuk menunjukkan bahwa perusahaan berupaya memenuhi harapan masyarakat. Dalam konteks teori legitimasi, untuk menjamin tingkat keberlanjutan, perusahaan memperoleh legitimasi dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya.

2.3. Manajemen Laba

Laba didefinisikan sebagai kelebihan pendapatan atas biaya (seluruh biaya yang terkait dengan kegiatan produksi dan penyerahan barang atau jasa), yang berarti laba adalah imbalan atas usaha perusahaan untuk menghasilkan barang dan jasa (Suwardjono, 2013). Manajemen laba adalah keputusan manajemen mengenai kebijakan akuntansi atau tindakan aktual yang mempengaruhi laba dalam rangka mencapai tujuan laba tertentu (Scott, 2015). Manajemen laba adalah ketika manajer menggunakan keputusan pelaporan keuangan tertentu untuk mengubah transaksi

dan mengubah pelaporan keuangan untuk menyesatkan pemangku kepentingan yang tertarik dengan kinerja ekonomi yang dicapai perusahaan, atau untuk mempengaruhi hasil kontrak dengan menggunakan angka akuntansi yang dilaporkan (Healy & Wahlen, 1999). Dari teori tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi penyajian laba dalam laporan keuangan. Tujuannya beragam, mulai dari mencapai target laba tertentu, menyesatkan pemangku kepentingan, hingga memanipulasi hasil kinerja perusahaan.

Manajemen laba tidak berbahaya selama dipraktikkan dalam koridor-koridor prinsip akuntansi. Berbagai metode yang tidak melanggar aturan dapat diterapkan dalam manajemen laba, sehingga praktik ini tidak selalu diartikan dengan proses manipulasi laporan keuangan (Kusumawardhani, 2012).

2.3.1 Metode Manajemen Laba

Terdapat dua metode yang digunakan dalam praktik manajemen laba perusahaan, yang pertama adalah metode manajemen laba akrual (*accrual earnings management*). Untuk memenuhi tujuan keuntungannya, korporasi mengubah operasi akrual, yang dikenal sebagai manajemen laba akrual (Healy & Wahlen, 1999). Akrual adalah selisih antara arus kas bersih perusahaan dari hasil operasinya dan laba yang dilaporkan dalam laporan laba rugi dan mungkin merupakan akrual non diskresioner (Sulistyanto, 2008). Akrual merupakan komponen yang relatif mudah untuk dimanipulasi sesuai dengan maksud atau tujuan orang yang mencatat laporan keuangan. *Discretionary accruals* merupakan unsur akrual yang dihasilkan dari rekayasa manajemen melalui penggunaan kebebasan dan kebijaksanaan dalam

memperkirakan dan menerapkan standar akuntansi. Terdapat 4 komponen akrual yang bersifat *discretionary accruals* yang dapat meningkatkan laba dalam jangka pendek antara lain (Scott, 2015)

1. Biaya depresi dan amortisasi. Penentuan akrual yang diskresioner dapat dikendalikan manajer terhadap masa manfaat aset tetapnya.
2. Kenaikan *net account receivable* dengan penurunan cadangan piutang tak tertagih. Besar kecilnya cadangan kerugian piutang yang tidak dapat ditagih akan ditentukan oleh manajer.
3. Manajer akan memasukkan biaya overhead tetap ke dalam persediaan ketika persediaan mengalami kenaikan, daripada mengakuinya sebagai beban.
4. Penurunan pada utang dan kewajiban akrual. Biaya klaim atas garansi akan dibebankan oleh manajer pada periode selanjutnya, sehingga beban garansi pada saat ini menjadi kecil dan laba akan lebih besar.

Non-discretionary accruals adalah komponen akrual yang ditentukan secara alami berdasarkan basis akrual sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku umum. Bisa dikatakan pula, bahwa *non-discretionary accruals* merupakan ketentuan yang tepat sesuai dengan prinsip akuntansi yang berlaku umum. Jika terjadi pelanggaran, maka kualitas laporan keuangan dapat terpengaruh dan tidak dapat disajikan dengan baik. Contohnya adalah mesin yang sama dapat disusutkan dengan menggunakan dua metode atau umur ekonomis yang berbeda, beban gaji pegawai, perubahan LIFO menjadi FIFO.

Metode yang kedua adalah manajemen laba riil. Ketika sebuah perusahaan mengubah aktivitas operasionalnya untuk memenuhi target keuntungannya, maka

manajemen laba riil sedang dilakukan. Manajemen laba riil membedakan antara prosedur operasi yang diikuti oleh prosedur operasi normal dan yang dimotivasi oleh keinginan manajemen untuk menyesatkan pemangku kepentingan agar berpikir bahwa tujuan pelaporan keuangan tertentu telah dipenuhi sesuai dengan prosedur operasi normal perusahaan (Roychowdhury, 2006).

2.3.2 Motivasi Manajemen Laba

Motivasi manajemen laba dilakukan dengan tiga faktor yang disebut hipotesis teori akuntansi positif (Watts & Zimmerman, 1986):

1. Hipotesis Rencana Bonus (*bonus plan hypothesis*)

Perusahaan dengan sistem bonus cenderung menggunakan teknik akuntansi yang memungkinkan manajer memanipulasi besaran angka akuntansi dalam laporan keuangannya. Hal tersebut dilakukan agar para manajer mendapatkan bonus yang maksimal setiap tahunnya, karena kinerja mereka dinilai dari besarnya keuntungan yang dihasilkan perusahaan.

2. Hipotesis Perjanjian Hutang (*a debt covenant hypothesis*)

Perusahaan dengan rasio *debt to equity* yang tinggi, manajer perusahaan akan memilih metode akuntansi yang dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan. Hal tersebut dapat membuat perusahaan akan mengalami kesulitan untuk mendapatkan tambahan dana dari para kreditor, bahkan mungkin berisiko melanggar perjanjian utang. Maka dari itu, manajer akan meningkatkan keuntungan (*income increasing*) guna menghindari atau melakukan penundaan terhadap pelanggaran perjanjian utang.

3. Hipotesis Biaya Politik (*political cost hypothesis*)

Pada perusahaan yang besar mempunyai biaya politik yang tinggi, manajer lebih memilih kebijakan akuntansi dengan menurunkan biaya politiknya yaitu dengan menggeser laba yang dilaporkan dari periode saat ini ke periode mendatang, sehingga dapat mengurangi laba yang dilaporkan. Biaya politik ini mencakup semua transfer kekayaan yaitu *antitrust*, subsidi dari pemerintah, pajak serta tarifnya, persaingan perusahaan asing, dan regulasi lainnya.

2.4. CSR Disclosure

Disclosure atau pengungkapan adalah upaya untuk mempublikasikan informasi relevan yang berguna bagi para pemangku kepentingan untuk memahami aspek serta kinerja dari perusahaan (Rankin *et al.*, 2018). CSR adalah bertindak secara etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif, dengan memperhatikan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dalam rangka mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007). CSR juga sudah ditetapkan dalam sebuah undang-undang di Indonesia. Berdasarkan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perusahaan yang memiliki tujuan untuk mewujudkan pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dalam meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan agar bermanfaat bagi perusahaan, komunitas setempat, dan masyarakat pada umumnya. Dalam UU ini juga disebutkan bahwa CSR bukan dilakukan secara sukarela tetapi merupakan hal yang perlu dipertanggungjawabkan dari dampak aktivitas perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa CSR perlu dilakukan oleh perusahaan supaya dalam proses bisnisnya dapat diterima dengan baik oleh

masyarakat dan mengurangi dampak negatif yang akan terjadi dimasa yang akan datang. Selain itu, pengungkapan CSR dapat memberikan citra baik kepada masyarakat dan para pemangku kepentingan.

2.5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan mengacu pada besar kecilnya suatu perusahaan, dan dapat diukur dengan total aktiva atau besar aset perusahaan dengan menggunakan logaritma total aset (Hartono, 2015). Ukuran perusahaan (*size*) merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dan dapat diukur dari besar kecilnya total aset perusahaan (Widiastari & Yasa, 2018). Total aset yang lebih besar memungkinkan kinerja keuangan perusahaan dapat dikelola dengan lebih efektif. Hal ini menunjukkan bahwa laba perusahaan dapat dihasilkan secara maksimal. Suatu ukuran perusahaan dapat menentukan baik buruknya kinerja perusahaan. Perusahaan yang besar diharapkan memiliki kinerja yang baik, sehingga laba yang akan dipublikasikan juga akan baik. Investor cenderung lebih percaya pada perusahaan besar, karena yakin bahwa perusahaan tersebut dapat berkinerja dengan baik (Scott, 2015).

2.6. Kajian Penelitian Terdahulu

Berikut merupakan hasil penelitian terdahulu yang peneliti jadikan acuan dalam melakukan penelitian:

Tabel 2. 1 Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
1.	Alexander dan Palupi (2020)	Variabel Dependen (Y): Manajemen laba	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015-2017.	1. CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
		Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility Reporting</i> Variabel kontrol: Ukuran perusahaan, leverage, ROA, NPM, Arus Kas Operasi		
2.	Rahmawardani dan Muslichah (2020)	Variabel Dependen (Y): Manajemen laba dan kinerja perusahaan Variabel Independen (X): <i>Corporate Social Responsibility</i>	Perusahaan yang tergabung dalam LQ 45 pada periode 2016-2018	1. CSR berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. 2. CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. 3. Manajemen laba tidak signifikan terhadap kinerja perusahaan 4. Manajemen laba tidak dapat memediasi CSR terhadap kinerja perusahaan.
3.	Santoso (2021)	Variabel Dependen (Y): Manajemen laba Variabel Independen (X): Pengungkapan tanggung jawab sosial. Variabel kontrol: Ukuran perusahaan, tingkat utang, pertumbuhan perusahaan.	Perusahaan industri non-keuangan yang <i>go public</i> dan terdaftar di BEI tahun 2013-2017	1. CSR berpengaruh positif terhadap tindakan manajemen laba.
4.	Karina dan Sutarti	Variabel Dependen (Y):	Perusahaan industri	1. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
	(2021)	Manajemen laba Variabel Independen (X): Ukuran perusahaan dan <i>Corporate Governance</i>	perbankan yang terdaftar di BEI tahun 2016-2018	signifikan terhadap manajemen laba 2. Ukuran dewan komisaris berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba 3. Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba 4. Komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
5.	Adyastuti dan Khafid (2022)	Variabel Dependen (Y): Manajemen laba Variabel Independen (X): Ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas. Variabel Moderasi: Kompensasi bonus	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2018-2019	1. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif secara signifikan terhadap manajemen laba. 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba. 3. Profitabilitas berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba. 4. Kompensasi bonus tidak mampu memoderasi pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
6.	Tamara <i>et al</i> (2022)	Variabel Dependen (Y): Manajemen laba. Variabel Independen (X):	Perusahaan sektor <i>property and real estate</i> yang terdaftar di BEI periode 2016-2020	1. Komite audit memiliki pengaruh negatif terhadap manajemen laba 2. Komisaris independen tidak

No	Peneliti	Variabel	Subjek	Hasil
		<i>Good corporate governance</i> , profitabilitas dan ukuran perusahaan.		berpengaruh terhadap manajemen laba 3. Komisaris manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba 4. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.
7.	Rohmah dan Meirini (2023)	Variabel Dependen (Y): Manajemen laba Variabel Independen (X): Ukuran perusahaan, profitabilitas, kepemilikan manajerial dan <i>gender diversity</i>	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di indeks LQ45 BEI periode 2016-2020.	1. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. 2. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba. 3. Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. 5. <i>Gender diversity</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

2.7. Pengembangan Hipotesis

2.7.1. Pengaruh CSR Disclosure terhadap Manajemen Laba

Berdasarkan pada teori legitimasi suatu legitimasi dapat terjadi apabila perusahaan mengkomunikasikan kinerja mereka atau melalui pengungkapan sosial dan lingkungan (Berthelot & Robert, 2011). Salah satu yang bisa dilakukan oleh perusahaan untuk mendapatkan legitimasi yaitu dengan mengungkapkan CSR.

CSR merupakan hal yang perlu dilakukan oleh perusahaan, karena untuk menciptakan hubungan baik kepada masyarakat. CSR adalah bertindak secara etis, meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif, dengan mempertimbangkan aspek ekonomi, sosial dan lingkungan untuk mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (Wibisono, 2007). Perusahaan yang mempertanggungjawabkan kontrak sosial kepada masyarakat dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya cenderung akan mendapatkan legitimasi serta kepercayaan dari masyarakat. Namun terkadang kepentingan pribadi manajer sering bertabrakan dengan kepentingan pemilik bisnis (Sugiarto, 2009). Hal tersebut dapat menimbulkan konflik kepentingan karena manajer memutuskan kepentingan mereka sendiri daripada kepentingan pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan justru akan mengambil kesempatan dengan memanfaatkan legitimasi tersebut untuk menyembunyikan praktik manajemen laba. Dengan demikian, perusahaan memanfaatkan perlindungan dari legitimasi dan kepercayaan masyarakat untuk lebih leluasa dalam melakukan tindakan tersebut.

Teori tersebut didukung oleh penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan Santoso (2021), bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Namun, ada beberapa penelitian terdahulu yang memberikan hasil yang berbeda, yaitu penelitian oleh Alexander dan Palupi (2020) memberikan hasil bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Penelitian oleh Rahmawardani dan Muslichah (2020), menunjukkan hasil bahwa CSR berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Berdasarkan penjelasan dan hasil

penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan untuk diteliti pada penelitian ini sebagai berikut:

H1: CSR disclosure berpengaruh positif terhadap manajemen laba

2.7.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

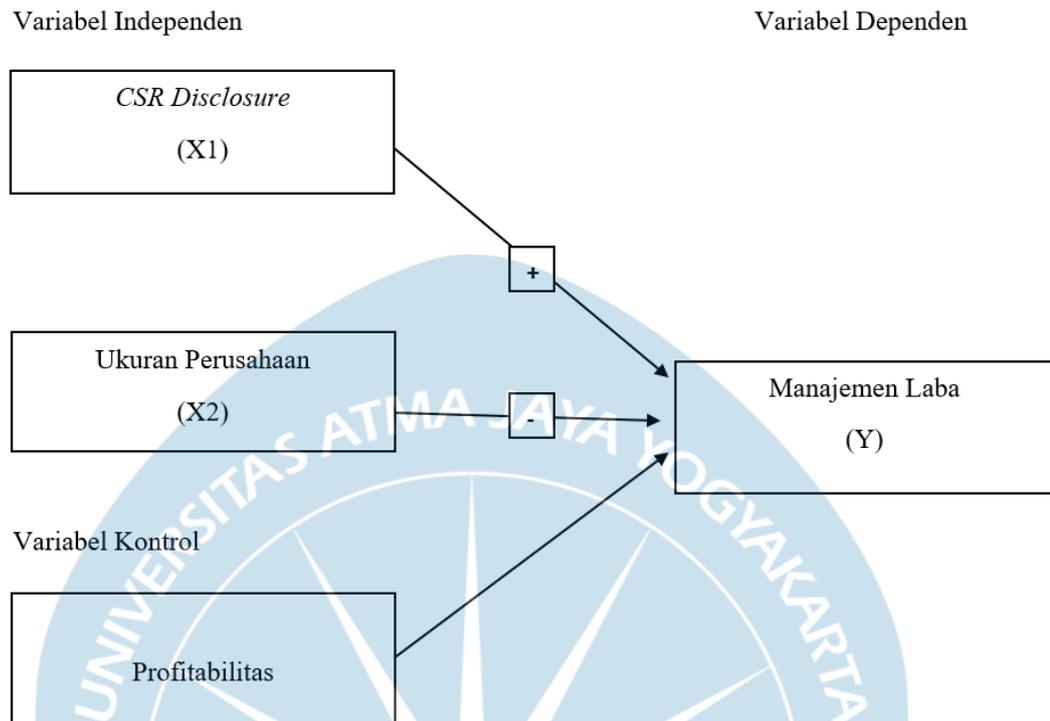
Berdasarkan teori keagenan, manajer ingin memaksimalkan kesejahteraan mereka sendiri dan menempatkan kepentingan mereka sendiri di atas kepentingan pemilik bisnis karena kesenjangan informasi dan konflik kepentingan (Jensen & Meckling, 1976). Konflik kepentingan bisa diminimalisir jika perusahaan tersebut adalah perusahaan besar. Ukuran perusahaan (*size*) merupakan besar kecilnya suatu perusahaan dan dapat diukur dari besar kecilnya total aset perusahaan (Widiastari & Yasa, 2018). Perusahaan yang besar cenderung kurang termotivasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Hal tersebut karena para pemangku kepentingan seperti pemegang saham, dan investor perusahaan besar lebih kritis dibandingkan dengan perusahaan yang kecil. Selain itu, perusahaan besar mempunyai investor yang lebih besar, karena investor cenderung lebih percaya pada perusahaan besar, karena yakin bahwa perusahaan tersebut dapat berkinerja dengan baik (Scott, 2015). Perusahaan dengan ukuran yang besar akan meminimalkan praktik manajemen laba guna menjaga citra perusahaan dimata pemegang saham dan investor. Disamping itu, adanya teori legitimasi membuat perusahaan besar berusaha untuk meningkatkan kinerja keuangan agar mendapatkan perhatian dan legitimasi dari masyarakat. Dengan demikian, perusahaan besar menghadapi tekanan yang lebih besar untuk menghasilkan laporan keuangan yang andal.

Teori ini didukung dengan temuan penelitian Karina dan Sutarti (2021), serta Adyastuti dan Khafid (2022) yang menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Namun ada beberapa penelitian memiliki hasil yang berbeda yaitu penelitian oleh Tamara *et al* (2022) yaitu ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba dan penelitian oleh Rohmah dan Meirini (2023). Hal ini menyiratkan bahwa kemungkinan perusahaan terlibat dalam tindakan manajemen laba bisa menurun ketika semakin besar ukuran perusahaan. Berdasarkan penjelasan teori yang didukung oleh hasil dari penelitian terdahulu, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini sebagai berikut:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

2.8. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini menggunakan variabel dependen manajemen laba. Variabel independen dalam penelitian ini yaitu *CSR disclosure* dan ukuran perusahaan, dengan profitabilitas sebagai variabel kontrol. Berdasarkan hipotesis yang dibangun dengan dukungan dari teori dan penelitian terdahulu, maka dapat digambarkan dalam kerangka teoritis sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran