

BAB II

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

2.1. *Corporate Social Responsibility*

2.1.1. *Definisi Corporate Social Responsibility*

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), *corporate social responsibility* adalah sebagai komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan mereka, keluarga mereka, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat baik bagi bisnis sendiri maupun untuk pembangunan.

Sedangkan menurut Darwin (2004) dalam Anggraini (2006) CSR adalah mekanisme bagi suatu organisasi untuk secara sukarela mengintegrasikan perhatian terhadap lingkungan dan sosial ke dalam operasinya dan interaksinya dengan *stakeholders*, yang melebihi tanggung jawab organisasi di bidang hukum.

2.1.2. *Komponen Corporate Social Responsibility*

Carroll (1979) menjelaskan komponen- komponen tanggung jawab sosial perusahaan ke dalam empat kategori, yaitu *economic responsibilities*, *ethical responsibilities*, *legal responsibilities*, dan *discretionary responsibilities*.

1. *Economic Responsibilities* merupakan tanggung jawab sosial utama perusahaan, karena lembaga bisnis terdiri atas berisi aktivitas ekonomi yang memiliki tanggung jawab untuk memproduksi barang dan jasa yang sesuai keinginan masyarakat dan dijual secara menguntungkan. Semua lembaga

bisnis pasti berasumsi seperti ini.

2. *Legal Responsibilities* Masyarakat berharap pelaksanaan bisnis dilakukan dengan menaati hukum dan peraturan yang berlaku. Dengan demikian *Economic Responsibilities* dan *Legal Responsibilities* harus dilaksanakan secara bersamaan.

3. *Ethical Responsibilities* Kedua tanggung jawab yang telah disebutkan sebelumnya telah masuk dalam kategori etika, namun ada aktivitas dan perilaku tambahan yang diharapkan oleh kelompok masyarakat tetapi tidak secara langsung tertulis dalam sebuah aturan. Masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis. Tindakan etis adalah tindakan yang mampu menghasilkan utilitas paling besar untuk jumlah orang terbesar.

4. *Discretionary Responsibilities* Masyarakat mengharapkan keberadaan perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Ekspektasi masyarakat tersebut dipenuhi oleh perusahaan melalui berbagai program yang bersifat filantropis atau tindakan sukarela untuk kepentingan publik.

2.1.3 Dasar Teori CSR

Garriga dan Mele (2004) menyatakan CSR dapat dilihat dari beberapa teori yang melandasi, yaitu teori instrumental, teori politik, teori integrative, dan teori etika.

1. Teori instrumental

Dalam teori ini, CSR hanya dipandang sebagai perangkat strategis untuk mencapai tujuan ekonomi, dan pada akhirnya penciptaan kesejahteraan.

2. Teori politik

Teori ini berfokus pada interaksi antara bisnis dan masyarakat. Dalam teori ini menyatakan bahwa ada tanggung jawab yang harus dilakukan oleh para pelaku bisnis terhadap masyarakat sesuai dengan kekuasaan bisnis yang dimiliki perusahaan karena kekuasaan bisnis itu berasal dari pihak stakeholder internal maupun eksternal.

3. Teori integratif

Teori ini menyatakan bahwa bisnis bergantung dari masyarakat untuk keberadaannya, keberlangsungannya, dan pertumbuhan bisnis itu sendiri.

4. Teori etika

Teori ini berfokus terhadap persyaratan etis yang melekatkan hubungan antara bisnis dan masyarakat. Menurut Freeman (1984) dalam Chand (2006) menyatakan bahwa manajer harus bertanggung jawab kepada seluruh *stakeholder*, karena seluruh *stakeholder* yang dapat mempengaruhi ataupun terkena dampak dari pencapaian tujuan organisasi.

2.1.4. Pengungkapan *Corporate Social Responsibility*

Peran CSR semakin kuat dengan dikeluarkannya Undang-undang No. 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas Pasal 74 yang berisi:

(1) Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan, (2) Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban Perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya Perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran, (3) Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan

ketentuan peraturan perundang-undangan, (4) Ketentuan lebih lanjut mengenai Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan diatur dengan peraturan pemerintah.

2.2. Teori Stakeholders (*Stakeholders Theory*)

Teori *stakeholder* menjelaskan hubungan antara *stakeholders* dan informasi yang mereka dapat (Sun *et.al*, 2010) dalam (Mestuti ,2012). Menurut Mestuti (2012) teori *stakeholder* menjelaskan bahwa semua *stakeholder* mempunyai hak untuk memperoleh informasi mengenai aktivitas perusahaan yang dapat mempengaruhi pengambilan keputusan mereka. Menurut Ghazali dan Chariri (2007) dalam Mestuti (2012) perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi para *stakeholdernya* (pemegang saham kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain) sehingga keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan oleh *stakeholder* kepada perusahaan tersebut. Clarkson (1995) dalam Mestuti (2012) menyatakan bahwa ada dua jenis *stakeholder* berdasarkan karakteristiknya yaitu *stakeholder* primer dan *stakeholder* sekunder.

1. *Stakeholder* primer

adalah seseorang atau kelompok yang sangat berpengaruh dalam perusahaan dan tanpa mereka perusahaan tidak dapat bertahan untuk *going concern*, meliputi : pemegang saham dan investor, karyawan, konsumen dan pemasok, bersama dengan yang didefinisikan sebagai kelompok *stakeholder* publik, yaitu : pemerintah dan komunitas.

2. Kelompok *stakeholder* sekunder

didefinisikan sebagai mereka yang mempengaruhi, atau dipengaruhi

perusahaan, namun mereka tidak berhubungan dengan transaksi dengan perusahaan dan tidak esensial kelangsungannya.

Pengungkapan informasi di dalam laporan keuangan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh pihak *stakeholder*. *Stakeholder* pada dasarnya dapat mempengaruhi pemakaian berbagai sumber ekonomi yang digunakan dalam aktivitas perusahaan sehingga pada umumnya teori *stakeholder* umumnya berkaitan dengan cara-cara yang digunakan perusahaan untuk mengendalikan pengaruh *stakeholder* tersebut (Mestuti,2012). Perusahaan harus menjaga hubungan dengan *stakeholder*-nya dengan mengakomodasi keinginan dan kebutuhan *stakeholder*-nya, terutama *stakeholder* yang mempunyai power terhadap ketersediaan sumber daya yang digunakan untuk aktivitas operasional perusahaan, misal tenaga kerja, pasar atas produk perusahaan dan lain-lain (Chariri dan Ghozali, 2007) dalam (Mestuti ,2012). Pengungkapan tanggung jawab sosial dan lingkungan merupakan salah satu cara untuk menjaga hubungan perusahaan dengan *stakeholder*-nya. Dengan pengungkapan ini, diharapkan perusahaan mampu memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan serta dapat mengelola *stakeholder* agar mendapatkan dukungan oleh para *stakeholder* yang berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan (Mestuti ,2012).

2.3. Kualitas Laba

Bellovary et al. (2005) dalam Surifah (2010) mendefinisikan kualitas laba sebagai kemampuan laba dalam merefleksikan kebenaran laba perusahaan dan membantu memprediksi laba mendatang, dengan mempertimbangkan stabilitas dan persistensi laba. Velury (1999) dalam Surifah (2010) menilai kualitas laba

sesuai dengan yang terdapat dalam karakteristik kualitatif informasi keuangan yaitu memiliki nilai prediksi, nilai umpan balik, tepat waktu, netral, kejujuran penyajian dan keterujian. Kualitas laba merupakan indikator dari kualitas informasi keuangan (Surifah, 2010). Kualitas laba yang tinggi mencerminkan karakteristik kualitatif informasi keuangan. Menurut standar akuntansi keuangan tentang kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan mencantumkan 4 karakteristik kualitatif informasi keuangan sbb :

1. Dapat dipahami

Kualitas penting informasi yang ditampung dalam laporan keuangan adalah kemudahannya untuk segera dapat dipahami oleh pemakai. Untuk maksud ini, pemakai diasumsikan memiliki pengetahuan yang memadai tentang aktivitas ekonomi dan bisnis, akuntansi, serta kemauan untuk mempelajari informasi dengan ketekunan yang wajar. Namun demikian, informasi kompleks yang seharusnya dimasukkan dalam laporan keuangan tidak dapat dikeluarkan hanya atas dasar pertimbangan bahwa informasi tersebut terlalu sulit untuk dapat dipahami oleh pemakai tertentu.

2. Relevan

Agar bermanfaat, informasi harus relevan untuk memenuhi kebutuhan pemakai dalam proses pengambilan keputusan. Informasi memiliki kualitas relevan kalau dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai dengan membantu mereka mengevaluasi peristiwa masa lalu, masa kini atau masa depan, menegaskan, atau mengoreksi, hasil evaluasi mereka di masa lalu.

Peran informasi dalam peramalan (predictive) dan penegasan (confirmatory) berkaitan satu sama lain. Misalnya, informasi struktur dan besarnya aktiva yang

dimiliki bermanfaat bagi pemakai ketika mereka berusaha meramalkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan peluang dan bereaksi terhadap situasi yang merugikan. Informasi yang sama juga berperan dalam memberikan penegasan (confirmatory role) terhadap prediksi yang lalu, misalnya, tentang bagaimana struktur keuangan perusahaan diharapkan tersusun atau tentang hasil dari operasi yang direncanakan.

Relevansi informasi dipengaruhi oleh hakekat dan materialitasnya. Informasi dipandang material kalau kelalaian untuk mencantumkan atau kesalahan dalam mencatat informasi tersebut dapat mempengaruhi keputusan ekonomi pemakai yang diambil atas dasar laporan keuangan. Materialitas tergantung pada besarnya pos atau kesalahan yang dinilai sesuai dengan situasi khusus dari kelalaian dalam mencantumkan (omission) atau kesalahan dalam mencatat (misstatement).

3. Keandalan

Agar bermanfaat, informasi juga harus andal (reliable). Informasi memiliki kualitas andal jika bebas dari pengertian yang menyesatkan, kesalahan material, dan dapat diandalkan pemakainya sebagai penyajian yang tulus atau jujur (faithful representation) dari yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar diharapkan dapat disajikan. Informasi bisa disebut andal apabila :

1. Penyajian jujur

Agar dapat diandalkan, informasi harus menggambarkan dengan jujur transaksi serta peristiwa lainnya yang seharusnya disajikan atau yang secara wajar dapat diharapkan untuk disajikan. Jadi, misalnya, neraca harus menggambarkan dengan jujur transaksi serta peristiwa lainnya dalam bentuk aktiva, kewajiban dan ekuitas perusahaan pada tanggal pelaporan yang

memenuhi kriteria pengakuan.

2. Substansi Mengungguli Bentuk

Jika informasi dimaksudkan untuk menyajikan dengan jujur transaksi serta peristiwa lain yang seharusnya disajikan, maka peristiwa tersebut perlu dicatat dan disajikan sesuai dengan substansi dan realitas ekonomi dan bukan hanya bentuk hukumnya. Substansi transaksi atau peristiwa lain tidak selalu konsisten dengan apa yang tampak dari bentuk hukum. Misalnya, suatu perusahaan mungkin menjual suatu aktiva kepada pihak lain dengan cara sedemikian rupa sehingga dokumentasi dimaksudkan untuk memindahkan kepemilikan menurut hukum ke pihak tersebut; namun demikian, mungkin terdapat persetujuan yang memastikan bahwa perusahaan dapat terus menikmati manfaat ekonomi masa depan yang diwujudkan dalam bentuk aktiva. Dalam keadaan seperti itu, pelaporan penjualan tidak menyajikan dengan jujur transaksi yang dicatat (jika sesungguhnya memang ada transaksi).

3. Netralitas

Informasi harus diarahkan pada kebutuhan umum pemakai, dan tidak bergantung pada kebutuhan dan keinginan pihak tertentu. Tidak boleh ada usaha untuk menyajikan informasi yang menguntungkan beberapa pihak, sementara hal tersebut akan merugikan pihak lain yang mempunyai kepentingan yang berlawanan .

4. Pertimbangan Sehat

Penyusun laporan keuangan adakalanya menghadapi ketidakpastian peristiwa dan keadaan tertentu, seperti ketertagihan piutang yang diragukan,

prakiraan masa manfaat pabrik serta peralatan, dan tuntutan atas jaminan garansi yang mungkin timbul. Ketidakpastian semacam itu diakui dengan mengungkapkan hakekat serta tingkatnya dan dengan menggunakan pertimbangan sehat (prudence) dalam penyusunan laporan keuangan. Pertimbangan sehat mengandung unsur kehati-hatian pada saat melakukan prakiraan dalam kondisi ketidakpastian, sehingga aktiva atau penghasilan tidak dinyatakan terlalu tinggi dan kewajiban atau beban tidak dinyatakan terlalu rendah. Namun demikian penggunaan pertimbangan sehat tidak memperkenankan, misalnya, pembentukan cadangan tersembunyi atau penyisihan (provision) berlebihan, dan sengaja menetapkan aktiva atau penghasilan yang lebih rendah atau pencatatan kewajiban atau beban yang lebih tinggi, sehingga laporan keuangan menjadi tak netral, dan karena itu, tidak memiliki kualitas andal.

5. Kelengkapan

Agar dapat diandalkan, informasi dalam laporan keuangan harus lengkap dalam batasan materialitas dan biaya. Kesengajaan untuk tidak mengungkapkan (omission) mengakibatkan informasi menjadi tidak benar atau menyesatkan dan karena itu tidak dapat diandalkan dan tidak sempurna ditinjau dari segi relevansi.

4. Dapat Dibandingkan

Pemakai harus dapat membandingkan laporan keuangan perusahaan antar periode untuk mengidentifikasi kecenderungan (trend) posisi dan kinerja keuangan. Pemakai juga harus dapat membandingkan laporan keuangan antar perusahaan untuk mengevaluasi posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi

keuangan secara relatif. Oleh karena itu, pengukuran dan penyajian dampak keuangan dari transaksi dan peristiwa lain yang serupa harus dilakukan secara konsisten untuk perusahaan tersebut, antar periode perusahaan yang sama dan untuk perusahaan yang berbeda.

2.3.1. Hubungan Kualitas Laba dan Manajemen Laba

Laba merupakan salah satu informasi yang dilaporkan di dalam laporan keuangan. Menurut standar akuntansi keuangan tentang kerangka dasar penyusunan dan penyajian laporan keuangan menyatakan bahwa informasi laporan keuangan harus mencerminkan keempat karakteristik kualitatif laporan keuangan agar berguna bagi pemakai. Penyebab informasi laporan keuangan menyimpang dari keempat karakteristik kualitatif laporan keuangan adalah adanya manajemen laba. Manajemen laba merupakan rekayasa laporan keuangan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Dengan demikian kualitas laba suatu perusahaan dapat ditunjukkan dengan manajemen laba. Semakin rendah manajemen laba maka semakin tinggi kualitas laba dan begitu juga sebaliknya.

2.4. Manajemen Laba (*earning management*)

2.4.1. Definisi Manajemen Laba

Manajemen laba (*earning management*) didefinisikan oleh beberapa peneliti akuntansi secara berbeda-beda. Setyo (2001) mendefinisikan *Earning management* merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

Healy dan Wahlen (1999: 368) mendefinisikan manajemen laba yang

ditinjau dari sudut pandang penetap standar, yaitu manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan sehingga menyesatkan *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu.

Scott (2006:423) mendefinikan manajemen laba sebagai pilihan yang dilakukan oleh manajer dalam menentukan kebijakan akuntansi untuk mencapai berbagai tujuan tertentu.

Manajemen laba merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan memanipulasi laba perusahaan untuk mencapai suatu target pelaporan tertentu sesuai dengan kepentingan mereka sehingga akan mempengaruhi kualitas dari laporan keuangan perusahaan itu sendiri (Ekawati, 2012).

2.4.2. Pola Manajemen Laba

Berbagai pola yang sering dilakukan manajer dalam manajemen laba yang dikemukakan oleh Scott (2006:425) yaitu :

1. Taking a bath

Taking a bath terjadi selama periode dimana terjadi tekanan dalam organisasi atau terjadi reorganisasi termasuk penggantian direksi. Jika perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer dipaksa untuk melaporkan laba yang tinggi, konsekuensinya manajer akan menghapus aktiva dengan harapan laba yang akan datang dapat meningkat. Jika teknik ini digunakan maka biaya-biaya yang ada pada periode yang akan datang diakui pada periode berjalan. Ini

dilakukan jika kondisi yang tidak menguntungkan tidak bisa dihindari. Akibatnya, laba pada periode yang akan datang menjadi tinggi meskipun kondisi tidak menguntungkan.

2. *Income minimization*

Pola meminimumkan laba mirip dengan “*taking a bath*”, tetapi sedikit lebih ekstrim. Pola ini dilakukan karena motif politik atau motif meminimumkan pajak. Cara ini dilakukan pada saat perusahaan memperoleh profitabilitas yang tinggi dengan tujuan agar tidak mendapat perhatian secara politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aktiva tak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, riset, dan pengembangan yang cepat.

3. *Income maximization*

Maksimumkan laba bertujuan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar, selain itu tindakan ini juga bisa dilakukan untuk menghindari pelanggaran atas kontrak hutang jangka panjang .

4. *Income smoothing*

Bentuk ini mungkin yang paling menarik. Perusahaan umumnya lebih memilih untuk melaporkan trend pertumbuhan laba yang stabil daripada menunjukkan perubahan laba yang meningkat atau menurun secara drastis.

2.4.3. Motivasi Manajemen Laba

Menurut Scott (2009) dalam Arif (2012) motivasi manajemen melakukan tindakan manajemen laba adalah sebagai berikut :

1. *Bonus purposes*

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan

bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini.

2. *Political motivation*

Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3. *Taxation motivation*

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metode akuntansi digunakan dengan tujuan untuk penghematan pajak pendapatan.

4. Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

5. *Initial Public Offering (IPO)*

Perusahaan yang akan go public belum memiliki nilai dasar, dan menyebabkan manajer perusahaan yang akan go public melakukan manajemen laba dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan.

6. Pentingnya memberi informasi kepada investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik.

2.4.4. Teknik Manajemen Laba

Teknik dan pola manajemen laba menurut Worthy (1984) dalam Asyik (2000) dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu :

1. Perubahan metode akuntansi

Manajemen mengubah metode akuntansi yang berbeda dengan metode sebelumnya sehingga dapat menaikkan atau menurunkan angka laba.

2. Memainkan kebijakan perkiraan akuntansi.

Manajemen mempengaruhi laporan keuangan dengan cara memainkan *judgment* (kebijakan) perkiraan akuntansi.

3. Menggeser periode biaya atau pendapatan

Manajemen menggeser periode biaya atau pendapatan (sering disebut manipulasi keputusan operasional)

2.4.5. *Discretionary accrual*

Model untuk mengukur manajemen laba yang menggunakan proksi *discretionary accrual* salah satunya adalah model modified Jones . Akrua sendiri merupakan pengakuan dimana transaksi-transaksi diakui, dicatat dan disajikan dalam laporan keuangan pada saat terjadinya tanpa harus memperhatikan apakah arus kas sudah diterima maupun dibayarkan (Ekawati, 2012). Akrua sering digunakan manajer untuk melakukan manipulasi laba karena menggunakan estimasi.

Model Jones ini menggunakan total akrua dan model regresi untuk menghitung akrua yang diharapkan dan akrua yang tidak diharapkan (Sulistiyanto, 2008). Pada total akrua menggunakan penjumlahan *discretionary accrual* dan *nondiscretionary accrual*. *Discretionary accrual* merupakan

komponen akrual yang dapat diatur dan direkayasa sesuai dengan kebijakan manajerial, sementara *nondiscretionary accrual* merupakan komponen akrual yang tidak dapat diatur dan direkayasa sesuai dengan kebijakan manajer perusahaan (Sulistyanto, 2008).

2.4.6. Real Activitiy Manipulation

Praktik manajemen laba dapat dilakukan menggunakan *Real Activities Manipulation* (RAM). RAM adalah tindakan manajemen yang menyimpang dari praktik bisnis normal, dengan tujuan utama mencapai atau melampaui target (Roychowdhury, 2006:336). Berdasarkan penelitian Roychowdhury (2006) terdapat tiga ukuran untuk mendeteksi RAM :

a. *Abnormal levels of operating cash flow* (AB_CFO)

AB_CFO adalah usaha manajemen untuk meningkatkan penjualan secara temporer dengan menawarkan diskon harga atau memperlunak kredit yang diberikan (Roychowdhury, 2006). Cara manajer meningkatkan volume penjualan adalah dengan memberikan penawaran diskon harga pada waktu tertentu. Hal itu akan menyebabkan arus kas masuk menjadi besar, namun arus kas masuk per penjualan, diskon bersih dari tambahan penjualan, lebih rendah dari arus kas per normal penjualan atau terjadi penurunan margin (Roychowdhury, 2006).

Tindakan lain yang dilakukan manajemen untuk meningkatkan volume penjualan adalah menawarkan kredit lunak. Sebagai contoh sebuah perusahaan memberikan penawaran tingkat bunga kredit yang lebih rendah (*zero-percent financing*) pada akhir tahun fiskal. Volume penjualan yang meningkat menyebabkan laba tahun berjalan tinggi namun arus kas menurun karena arus kas masuk kecil akibat penjualan kredit dan diskon harga.

b. *Abnormal production costs (AB_PROD)*

AB_PROD adalah Perusahaan melakukan produksi barang lebih besar daripada yang dibutuhkan dengan tujuan mencapai permintaan yang diharapkan (Roychowdhury, 2006). Produksi dalam jumlah yang besar menyebabkan biaya overhead tetap dibagi terhadap jumlah unit barang produksi yang besar, maka biaya tetap per unit rendah. Rendahnya biaya tetap per unit barang produksi mengakibatkan laba per unit meningkat dan harga pokok penjualan menurun. Penurunan harga pokok penjualan ini akan berdampak pada peningkatan margin operasi. Di sisi lain dampak dari penurunan harga pokok per unit barang yang diproduksi besar-besaran adalah arus kas kegiatan operasi lebih rendah daripada tingkat penjualan normal. Perusahaan melakukan produksi yang besar bertujuan untuk meningkatkan laba.

c. *Abnormal discretionary expenses (AB_EXP)*

Biaya diskresioner seperti biaya iklan, biaya penelitian dan pengembangan, dan biaya penjualan, umum, dan administrasi seperti biaya pelatihan karyawan dan biaya perbaikan dan perjalanan. Perusahaan sering melakukan pengurangan terhadap biaya-biaya ini pada akhir periode yang menyebabkan laba meningkat dan biaya yang dilaporkan menurun. Pengurangan biaya diskresioner akan memperkecil arus kas keluar dan memiliki dampak positif terhadap arus kas kegiatan operasi abnormal pada periode sekarang, namun akan menimbulkan risiko rendahnya arus kas di masa yang akan datang.

2.5. Penelitian terdahulu

Penelitian terdahulu yang pernah meneliti tentang CSR terhadap kualitas laba yang diukur menggunakan manajemen laba melalui RAM adalah Kim dan

Park (2011). Penelitian ini berjudul *Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility*. Penelitian ini dilakukan terhadap 23.291 perusahaan di Amerika Serikat tahun 1991-2001. Kualitas laba dalam penelitian ini menggunakan proksi manajemen laba melalui RAM dan *Discretionary accrual*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berkontribusi terhadap CSR cenderung membatasi adanya manajemen laba sehingga memberikan laporan keuangan yang lebih transparan.

Cheng dan Kristiawan (2011) melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Pengungkapan CSR terhadap *abnormal return*”. Penelitian ini dilakukan terhadap 40 perusahaan sumber daya alam yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2007-2009. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh signifikan terhadap *abnormal return* yang menandakan bahwa investor mempertimbangkan informasi CSR untuk membuat keputusan

Ekawati (2011) melakukan penelitian yang berjudul “Analisis hubungan antara *Corporate Social Responsibility* dan *Earnings Management* pada perusahaan pertambangan dan pertanian tahun 2008-2010 yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia” Penelitian ini menggunakan 51 sampel perusahaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan yang berkontribusi terhadap CSR cenderung untuk tidak terlibat dalam manajemen laba melalui RAM dan *discretionary accrual*.

2.6. Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh perusahaan CSR terhadap manajemen laba

Stakeholder adalah semua pihak baik internal maupun eksternal yang memiliki hubungan baik bersifat mempengaruhi maupun dipengaruhi, bersifat langsung maupun tidak langsung oleh perusahaan. Dalam teori *stakeholder* menyatakan bahwa perusahaan hendaknya memperhatikan *stakeholder*, karena mereka adalah pihak yang mempengaruhi dan dipengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung atas aktivitas serta kebijakan yang diambil dan dilakukan perusahaan. Jika perusahaan tidak memperhatikan *stakeholder* bukan tidak mungkin akan menuai protes dan dapat mengeliminasi legitimasi *stakeholder* Adam C. H (2002) dalam Retno dan Priantinah (2012). Legitimasi *stakeholder* merupakan sistem pengelolaan perusahaan yang berorientasi pada keberpihakan terhadap *stakeholder*. Salah satu strategi yang digunakan perusahaan untuk mempertahankan legitimasi *stakeholder* internal maupun eksternal adalah dengan melaksanakan CSR.

Menurut Carrol (1979) CSR dikategorikan ke dalam empat komponen, yaitu (1) *economic responsibilities* yang merupakan tanggung jawab sosial utama perusahaan. Perusahaan harus dapat mengelola tanggungjawab ekonominya kepada *stakeholder* (2) *ethical responsibilities* yang menunjukkan bahwa masyarakat berharap perusahaan menjalankan bisnis secara etis (3) *legal responsibilities* yang menunjukkan bahwa masyarakat berharap perusahaan yang menjalankan usahanya mampu memenuhi tanggungjawab hukum dengan mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku. (4) *discretionary responsibilities* yang menunjukkan bahwa masyarakat mengharapkan keberadaan

perusahaan dapat memberikan manfaat bagi mereka. Berdasarkan komponen CSR ini, perusahaan yang melakukan CSR wajib melaksanakan keempat komponen tersebut. Maka pelaksanaan CSR mampu mempertahankan legitimasi *stakeholder* eksternal karena menekan pada keempat komponen tersebut. Selain itu CSR juga dapat mempertahankan legitimasi *stakeholder* karena menurut Jones (1995) dalam Kim (2011) keempat komponen CSR mampu membentuk karakter para manajer untuk berperilaku jujur, dapat dipercaya, beretika dan bermoral dalam menjalankan bisnis, serta cenderung berperilaku patuh terhadap standar yang berlaku. Dari terbentuknya karakter tersebut, manajer mampu memenuhi tanggung jawabnya kepada *stakeholder* dengan memberikan informasi laporan keuangan yang transparan atau mencerminkan keadaan perusahaan yang sebenarnya dan dapat diandalkan (*netral*, *verifiability*, dan *representational faithfulness*). Dengan demikian CSR mampu meningkatkan kualitas laba dengan membatasi manajemen laba.

Peran CSR yang dapat membatasi adanya manajemen laba semakin didukung dengan munculnya dasar teori CSR menurut Garriga dan Mele (2004) yaitu (1) Teori instrumental, dalam teori ini CSR dipandang sebagai perangkat strategis untuk mencapai tujuan ekonomi, dan pada akhirnya penciptaan kesejahteraan. (2) Teori politik, teori ini berfokus pada interaksi antara bisnis dan masyarakat. Dalam teori ini menyatakan bahwa ada tanggung jawab yang harus dilakukan oleh para pelaku bisnis terhadap masyarakat sesuai dengan kekuasaan bisnis yang dimiliki perusahaan karena kekuasaan bisnis itu berasal dari pihak *stakeholder* internal maupun eksternal (3) Teori integrative, teori ini menyatakan bahwa bisnis bergantung dari masyarakat untuk keberadaannya, keberlangsungannya, dan

pertumbuhan bisnis itu sendiri. (4) Teori etika, teori ini berfokus terhadap persyaratan etis yang melekatkan hubungan antara bisnis dan masyarakat. Menurut Freeman (1984) dalam Chand (2006) menyatakan bahwa manajer harus bertanggung jawab kepada seluruh *stakeholder*, karena seluruh *stakeholder* yang dapat mempengaruhi ataupun terkena dampak dari pencapaian tujuan organisasi. Keempat teori ini semakin memperkuat peran CSR di perusahaan untuk mempertahankan legitimasi *stakeholder* dengan memenuhi tanggung jawabnya kepada *stakeholder* dengan memberikan informasi laporan keuangan yang transparan atau mencerminkan keadaan perusahaan yang sebenarnya dan dapat diandalkan (*netral, verifiability, dan representational faithfulness*). Dengan demikian CSR dapat membatasi adanya manajemen laba.

Penelitian Carrol (1979) menyatakan bahwa CSR merupakan tanggung jawab etis perusahaan dan praktik CSR sangat diharapkan oleh para *stakeholder*. Perusahaan yang melakukan kegiatan CSR cenderung bersikap etis dan memiliki standar perilaku yang baik terhadap para *stakeholder*. Di dalam penelitian Carrol (1979) menyatakan jika perusahaan melakukan praktik CSR dalam konteks kewajiban moral, maka perusahaan akan cenderung membatasi adanya manajemen laba dan mampu meningkatkan kualitas laba.

Menurut Chih et al. (2008) dalam Ekawati (2012) menyatakan bahwa peningkatan CSR perusahaan akan menurunkan *income smoothing*. Praktik CSR dilakukan untuk membatasi manajemen laba, hal ini terkait dengan transparansi dan keandalan laporan keuangan (Ekawati, 2012). Perusahaan yang berkontribusi terhadap CSR pengungkapannya lebih informatif sehingga CSR dapat meningkatkan transparansi dan dapat mengurangi kesempatan untuk melakukan

manajemen laba oleh karenanya perusahaan yang berkontribusi terhadap CSR lebih kecil melakukan praktik manajemen laba (Ekawati, 2012).

Penelitian Kim et al. (2011) yang berjudul “*Is Earnings Quality Associated with Corporate Social Responsibility*” menyatakan bahwa perusahaan yang berkontribusi dalam praktik CSR cenderung membatasi adanya manajemen laba karena CSR dianggap sebagai kewajiban moral terhadap para stakeholder. Kim et al. (2011) juga menyatakan perusahaan yang terlibat dalam kegiatan CSR adalah perusahaan yang tidak hanya mementingkan keuntungan jangka pendek melainkan perusahaan yang berusaha membangun hubungan jangka panjang yang baik terhadap para *stakeholder*. Sehingga perusahaan akan menghindari adanya tindak kecurangan yang merugikan baik langsung ataupun tidak langsung kepada para *stakeholder*.

Penelitian Hong dan Andersen (2011) yang berjudul “*The Relationship Between Corporate Social Responsibility and Earnings Management: An Exploratory Study*” yang dilakukan terhadap perusahaan selain di bidang lembaga keuangan di Amerika Serikat tahun 1995-2005. Hasil dari penelitian ini adalah perusahaan yang berkontribusi CSR berhubungan negatif terhadap EM. EM yang rendah menunjukkan kualitas laba yang tinggi dan ini menunjukkan bahwa perusahaan CSR cenderung mengurangi atau menghindari praktik manajemen laba.

Berdasarkan teori dan latar belakang, hipotesis yang dikembangkan adalah

Hipotesis: CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba