

## **BAB II**

### **Rerangka Teori dan Hipotesis**

#### **2.1 Teori *Stakeholder***

Perusahaan bukanlah entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingannya sendiri namun harus memberikan manfaat bagi *stakeholdernya* (pemegang saham, kreditor, konsumen, supplier, pemerintah, masyarakat, analis dan pihak lain). Dengan demikian, keberadaan suatu perusahaan sangat dipengaruhi oleh dukungan yang diberikan *stakeholder* kepada perusahaan tersebut (Chariri: 2008). Dengan alasan tersebut, perusahaan akan melakukan aktivitas untuk mencari dukungan, semakin *powerful stakeholder* makin besar usaha perusahaan. Pengungkapan pertanggungjawaban sosial dilakukan perusahaan sebagai upaya dialog antara perusahaan dengan *stakeholdernya*.

Tanggung jawab perusahaan yang semula hanya diukur sebatas indikator ekonomi (*economics focused*) dalam laporan keuangan kini harus bergeser dengan memperhitungkan faktor-faktor sosial (*social dimentions*) terhadap *stakeholders*, baik internal maupun eksternal (Terzaghi: 2012). *Stakeholder* pada dasarnya dapat mengendalikan dan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi sumber-sumber ekonomi perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan akan mengambil tindakan yang dapat menghasilkan hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan *stakeholdernya*. Gray (1994) menyatakan bahwa dukungan

*stakeholder* dapat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan. Perusahaan harus mencari dukungan dengan melakukan aktivitas yang menunjukkan perhatian pada kepentingan *stakeholder*, sehingga pengungkapan tanggung jawab sosial dianggap sebagai cara yang ampuh untuk mendapat dukungan dari para *stakeholder*.

## **2.2 Teori *Political Cost***

Watts and Zimmerman (1978) berpendapat bahwa perusahaan berpenghasilan tinggi akan sangat rentan terhadap penggalan kekayaan transfer politik dalam bentuk undang-undang dan regulasi. Manajer dalam perusahaan-perusahaan ini akan memiliki insentif untuk menggunakan prosedur akuntansi dan mengurangi laporan pendapatan. *Political cost hypothesis* menyatakan bahwa semakin besar *political cost* yang dihadapi perusahaan, akan mengakibatkan kecenderungan pemilihan prosedur akuntansi yang dapat menanggukkan pelaporan laba dari periode saat ini ke periode yang akan datang.

Menurut Watt dan Zimmerman, (1978) terdapat tiga faktor pendorong yang melatarbelakangi terjadinya manajemen laba yaitu:

### **1. *Bonus Plan Hypothesis***

Manajemen akan memilih metode akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan *laba* lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan.

## 2. *Debt Covenant Hypothesis*

Manajer perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian kredit cenderung memilih metode akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba. Hal ini untuk menjaga reputasi mereka dalam pandangan pihak eksternal.

## 3. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan, misalnya: mengenakan peraturan antitrust, menaikkan pajak pendapatan perusahaan, dan lain-lain.

Belkoui dan Karpik (1989) menemukan hubungan positif dan signifikan antara pengungkapan sosial dan visibilitas politik, yang diukur dengan ukuran dan poin risiko sistematis terhadap kecenderungan manajer untuk memilih prosedur akuntansi untuk mengurangi laba yang dilaporkan dan mengurangi biaya politik.

Perusahaan besar yang lebih cenderung menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan dan/atau membuat pengungkapan lain untuk mengurangi biaya politik. Sebagai contoh, perusahaan-perusahaan dapat memilih untuk menggunakan metode akuntansi dalam mengurangi laba yang dilaporkan atau melakukan "kampanye tanggung jawab sosial di media" untuk mengurangi kemungkinan bahwa mereka akan menjadi sasaran aksi-aksi politik yang merugikan.

Hal ini dilakukan dalam rangka mencegah transfer kekayaan dari perusahaan juga untuk kepentingan manajemen dan pemegang saham, sehingga dibawah perspektif biaya politik, hubungan antara pengungkapan CSR (sukarela) dan manajemen laba akan bervariasi tergantung pada lingkungan politik perusahaan (Yip et al., 2011).

### ***2.3 Corporate Social Responsibility***

Pengertian CSR menurut Pasal 1 butir 3 UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yakni, komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi yang berkelanjutan guna meningkatkan kualitas kehidupan dan lingkungan yang bermanfaat, baik bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya. Definisi *corporate social responsibility* menurut Bank Dunia yakni sebuah janji untuk menyumbang pembangunan ekonomi yang berkesinambungan bersama dengan karyawan dan perwakilan mereka, untuk komunitas lokal dan masyarakat luas dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas kehidupan yang saling menguntungkan untuk bisnis dan pembangunan.

Kegiatan pertanggungjawaban sosial juga diatur dalam PP Republik Indonesia No. 47 Tahun 2012 pasal 6 ayat 1 menyatakan “pelaksanaan tanggung jawab sosial dan lingkungan dimuat dalam laporan tahunan dan dipertanggungjawabkan kepada RUPS” pengungkapan kinerja ekonomi, lingkungan dan sosial dalam laporan keuangan tahunan adalah untuk mencerminkan akuntabilitas, responsibilitas dan transparansi perusahaan kepada investor dan *stakeholder*.

Pengungkapan ini bertujuan untuk menjalin hubungan yang baik dan efektif antara perusahaan dengan publik dan *stakeholder* lainnya.

*CSR* menurut Anggraini (2006) merupakan tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *stakeholders* terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya. Sebuah perusahaan harus menjunjung tinggi moralitas. Parameter keberhasilan suatu perusahaan dalam sudut pandang *CSR* adalah mengedepankan prinsip moral dan etis, yakni menggapai suatu hasil terbaik, tanpa merugikan kelompok masyarakat lainnya.

Faktor-faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR* telah diteliti oleh Hackston dan Milne (1996), Sembiring (2005) dan Anggraini (2006). Faktor yang mempengaruhi pengungkapan *CSR* antara lain: ukuran perusahaan, kepemilikan manajemen, tipe industri, dan media *exposure*. Kegiatan *CSR* merupakan suatu komitmen sukarela yang berkelanjutan dari suatu perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi positif pada *stakeholder* secara seimbang.

#### **2.4 Earnings Management**

Scott (2009) menyatakan bahwa manipulasi laba adalah intervensi manajemen dalam menyusun laporan keuangan sehingga dapat menaikkan atau menurunkan laba akuntansi sesuai kepentingannya. Beberapa penelitian manipulasi laba terdahulu fokus pada teknik manipulasi laba berbasis akrual, sedangkan manipulasi laba dengan hanya mendasarkan pada pengaturan akrual saja mungkin menjadi tidak valid. Dalam hal ini, menjadi penting untuk memahami bagaimana

perusahaan melakukan manajemen laba melalui manipulasi aktivitas selain laba berbasis akrual (Roychowdhury, 2006)

Manajemen laba melalui transaksi real didefinisikan sebagai tindakan manajemen yang menyimpang dari praktik bisnis yang sesungguhnya dan dilakukan dengan tujuan utama memenuhi ekspektasi laba (Roychowdhury, 2006; Cohen, 2008).

Zang (2008) memberikan bukti empiris bahwa tindakan manipulasi laba real dilakukan sebelum manipulasi laba berbasis akrual.

Menurut (Roychowdhury, 2006) manipulasi laba real dapat dilakukan dengan tiga cara yaitu:

a. Manipulasi penjualan

Manipulasi penjualan merupakan usaha untuk meningkatkan penjualan secara temporer dalam periode tertentu dengan menawarkan diskon harga produk secara berlebihan atau memberikan persyaratan kredit yang lebih lunak. Strategi ini dapat meningkatkan volume penjualan dan laba periode saat ini, dengan mengasumsikan marginnya positif. Namun, pemberian diskon harga dan syarat kredit yang lebih lunak akan menurunkan aliran kas periode saat ini.

b. Penurunan beban-beban diskresionari (*discretionary expenditures*)

Perusahaan dapat menurunkan *discretionary expenditures* seperti beban penelitian dan pengembangan, iklan dan penjualan, administrasi dan umum terutama dalam periode pengeluaran tersebut tidak langsung menyebabkan pendapatan dan laba. Strategi ini dapat meningkatkan laba dan arus kas periode saat ini, namun dengan risiko menurunkan arus kas periode mendatang.

c. Produksi yang berlebihan (*overproduction*)

Untuk meningkatkan laba, manajer perusahaan dapat memproduksi lebih banyak dari pada yang diperlukan dengan asumsi bahwa tingkat produksi yang lebih tinggi akan menyebabkan biaya tetap per unit produk lebih rendah. Strategi ini dapat menurunkan biaya barang terjual (*cost of goods sold*) dan meningkatkan laba operasi.

## **2.5 Pengembangan Hipotesis**

### **2.5.1 Manipulasi Akrual dan Pengungkapan CSR**

Manajemen laba dapat terjadi karena penyusunan laporan keuangan menggunakan dasar akrual. Sistem akuntansi akrual sebagaimana yang ada pada prinsip akuntansi berterima umum memberikan kesempatan kepada manajer untuk membuat pertimbangan akuntansi yang akan memberi pengaruh kepada pendapatan yang dilaporkan. Dalam hal ini, pendapatan dapat dimanipulasi melalui *discretionary accruals* (Subekti, 2010).

Menurut Healy dan Wahlen (1999) manipulasi laba merupakan tindakan yang terjadi ketika manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan dalam menyusun transaksi-transaksi untuk menggubah laporan keuangan yang menyesatkan terhadap *stakeholders* atas dasar kinerja ekonomi organisasi atau untuk mempengaruhi hasil sesuai dengan kontrak yang tergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan sehingga manipulasi laba dilakukan dengan disengaja dan mengakibatkan kerugian bagi *stakeholder*. Salah satu konsekuensi dari tindakan manajemen yang memanipulasi laba adalah perusahaan akan kehilangan dukungan dari *stakeholders*, yakni respon negatif berupa tekanan dari

investor, sanksi dari regulator, ditinggalkan rekan kerja, boikot dari para aktivis, dan pemberitaan negatif media massa (Prior et al., 2008).

Manajer perusahaan melakukan strategi pertahanan diri (*entrenchment strategy*) untuk mengatasi ketidakpuasan *stakeholder* dan salah satunya dengan mengeluarkan kebijakan pengungkapan pertanggungjawaban sosial perusahaan (Cespa et al., 2007). Tindakan manajer dalam melakukan pengungkapan CSR menjadi pertahanan diri dalam melakukan manipulasi laba akrual.

H<sub>1</sub>: Manipulasi laba akrual berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial

### **2.5.2 Manipulasi Real dan Pengungkapan CSR**

Menurut Roychodhury (2006) manipulasi laba real sebagai satu bentuk manajemen laba yang dilakukan melalui manipulasi aktivitas operasional perusahaan. Manipulasi ini diukur dengan adanya satu penyimpangan dari praktik operasional perusahaan yang normal. Motivasi manajemen melakukan ini adalah adanya keinginan untuk “mengelabui” pelaporan keuangan perusahaan untuk beberapa *stakeholder* dalam rangka memenuhi tujuan tertentu. Penyimpangan ini sebenarnya tidak memberikan nilai tambah perusahaan tetapi hanya sekedar untuk memenuhi sasaran pelaporan bagi manajer.

Motivasi manajemen melakukan manajemen laba real karena adanya tekanan maupun dorongan manajemen untuk meningkatkan laba jangka pendek serta rendahnya fokus manajemen terhadap rencana jangka panjang perusahaan.

Perilaku oportunistik manajemen memfokuskan kepada aktivitas-aktivitas yang



dapat mempengaruhi laba, yaitu dengan manajemen laba real melalui ketiga aktivitas yaitu manajemen penjualan, *overproduction*, dan pengurangan biaya diskresioner. Hal ini dapat mengakibatkan manipulasi laba tidak hanya dilakukan dengan menggunakan *diskresionary accrual* saja. Roychowdhury (2006) menemukan bukti bahwa perusahaan menggunakan tindakan manajemen laba real untuk mencapai tujuan pelaporan keuangan tertentu selain untuk menghindari melaporkan kerugian. Oleh karena itu, manajemen yang melakukan manipulasi laba real menggunakan pengungkapan CSR sebagai upaya untuk menggalang dukungan dari para *Stakeholder*.

H<sub>2</sub>: Manipulasi laba real berpengaruh positif terhadap pengungkapan pertanggungjawaban sosial.