

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Tujuan awal pendirian perusahaan untuk memberikan kemakmuran bersama, untuk itu terdapat satu hal penting yang harus menjadi perhatian bagi perusahaan ataupun pelaku bisnis diantaranya mengenai kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan atau lebih dikenal dengan pengungkapan tanggung jawab sosial/*Corporate Social Responsibility* (CSR). Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu kewajiban bagi setiap perusahaan yang diatur oleh pemerintah dalam Undang-Undang RI No. 40 tahun 2007 pasal 74 tentang “Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Undang-undang tersebut mengamanatkan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan”. Pengungkapan tanggung jawab sosial merupakan suatu bentuk tanggung jawab perusahaan terhadap masyarakat yang ada di sekitar lokasi operasioal perusahaan [1].

Riset *centre for governance* menunjukkan perusahaan di Indonesia memiliki kualitas pengungkapan tanggung jawab sosial atau *corporate social responsibility* yang lebih rendah dibandingkan dengan perusahaan dari Negara lain. Rendahnya pemahaman perusahaan mengenai praktik pengungkapan tanggung jawab sosial menyebabkan rendahnya kualitas pengoperasian agenda tersebut. Kriteria penilaian kualitas tersebut diambil berdasarkan sejumlah indikator dari kerangka *Global Reporting Initiative* (GRI). Sejumlah faktor diantaranya adalah tata kelola perusahaan, ekonomi, lingkungan dan sosial. Pemerintah dan pemangku kepentingan industri memiliki peran dalam memastikan pelaporan pengungkapan tanggung jawab sosial yang berkelanjutan [2].

Dari fenomena diatas dapat disimpulkan meskipun aturan dari pemerintah mengenai pengungkapan tanggung jawab sosial sudah sangat jelas, tetapi kualitas pengungkapannya masih rendah. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, sudah seharusnya perusahaan memikirkan pengungkapan tanggung jawab sosial untuk pihak eksternal. Tujuan pengungkapan tanggung jawab sosial yang dilakukan

perusahaan umumnya untuk menarik investor agar menanamkan modal pada perusahaan, tetapi perkembangan yang terjadi adalah pengungkapan tanggung jawab dilakukan agar pihak manajemen dapat melakukan manajemen laba. Investor beranggapan perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan memiliki citra yang baik di mata masyarakat, sehingga hal ini dimanfaatkan oleh pihak manajemen perusahaan untuk melakukan manajemen laba.

Secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Istilah intervensi dan mengelabui inilah yang dipakai sebagai dasar sebagian pihak untuk menilai manajemen laba sebagai kecurangan [3]. Pihak manajemen akan mencari cara agar bisa melakukan manajemen laba tanpa disadari oleh para *stakeholders*. Salah satu cara yang dilakukan oleh pihak manajemen adalah dengan menambah beban pertanggung jawaban sosial pada laporan keuangan. Pihak manajemen akan melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara perusahaan dengan *stakeholder* dan lingkungan sosial masyarakat untuk menarik dukungan dari kelompok tersebut. Investor beranggapan perusahaan yang melakukan pengungkapan tanggung jawab sosial akan memiliki citra yang baik di masyarakat. Citra perusahaan yang baik di masyarakat akan berdampak baik bagi kelangsungan usaha perusahaan. Tetapi jika manajemen laba dilakukan terus menerus untuk jangka panjang, maka perusahaan akan kehilangan kepercayaan dari para *stakeholders*. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [4]. Berbeda dengan penelitian yang menunjukkan manajemen laba tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [5].

Adapun beberapa faktor yang diduga dapat mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial melalui manajemen laba yaitu, profitabilitas, ukuran perusahaan dan agresivitas pajak.

Faktor pertama, profitabilitas adalah kemampuan bisnis menghasilkan keuntungan atau profit yang ditunjukkan oleh proyeksi laba rugi perusahaan [6]. Setiap perusahaan mengharapkan profitabilitas yang baik sehingga perusahaan akan mengurangi segala beban yang dapat mengganggu laba seperti beban pajak.

Perusahaan akan menambah beban pengungkapan tanggung jawab sosial agar laba yang dihasilkan lebih rendah. Dalam penelitian ini *Return On Aset* (ROA) dijadikan proksi untuk profitabilitas. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [6]. Berbeda dengan penelitian yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [7]. Jika profitabilitas tinggi maka pajak yang harus dibayar perusahaan juga tinggi, sehingga mendorong perusahaan melakukan manajemen laba dengan menurunkan laba. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba [8]. Berbeda dengan penelitian yang menyatakan profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba [9]. Profitabilitas yang di dapat perusahaan tentunya tidak lepas dari peran para masyarakat dan investor, sehingga semakin tinggi profitabilitas yang di dapat perusahaan maka pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan juga akan semakin tinggi. Namun, beban pengungkapan tanggung jawab sosial dimanfaatkan oleh pihak manajemen dalam melakukan manajemen laba.

Faktor kedua, ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang berfungsi untuk mengklasifikasikan besar kecilnya suatu entitas. Secara umum, perusahaan besar akan mengungkapkan informasi sosial atau tanggung jawab sosial lebih banyak daripada perusahaan kecil. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [10]. Berbeda dengan penelitian yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [11]. Para *stakeholders* memiliki ekspektasi tinggi terhadap kinerja perusahaan, sehingga ketika ekspektasi tidak terwujud maka pihak-pihak manajemen akan melakukan tindakan manajemen laba. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba [8]. Berbeda dengan penelitian yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba [12]. *Stakeholders* memiliki tuntutan tinggi terhadap ukuran perusahaan yang lebih besar sehingga apabila ketika tuntutan tidak dapat dicapai oleh pihak manajemen, maka pihak manajemen akan melakukan manajemen laba dengan menambah beban pengungkapan tanggung jawab sosial. *Stakeholders* menganggap beban pengungkapan tanggung jawab sosial berdampak baik pada citra perusahaan.

Faktor ketiga, agresivitas pajak adalah rekayasa *tax affairs* yang masih tetap berada dalam bingkai ketentuan perpajakan (*lawful*). Agresivitas pajak dapat terjadi di dalam bunyi ketentuan atau tertulis di undang-undang dan berada dalam jiwa dari undang-undang atau dapat juga terjadi dalam bunyi ketentuan undang-undang tapi berlawanan dengan jiwa undang-undang [13]. Selama ini perusahaan beranggapan pajak merupakan beban yang dapat mengurangi laba perusahaan. Hal tersebut mendorong perusahaan menambah beban agar pajak yang dibayar lebih rendah contohnya beban pengungkapan tanggung jawab sosial. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [14]. Berbeda dengan penelitian yang menyatakan bahwa agresivitas pajak tidak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial [15]. Dengan menambah beban tanggung jawab sosial, maka secara tidak langsung perusahaan telah melakukan manajemen laba agar laba yang dihasilkan lebih rendah sehingga pajak yang harus dibayar perusahaan juga lebih kecil. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa agresivitas pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba [16]. Perusahaan yang agresif terhadap pajak akan cenderung lebih besar melakukan manajemen laba dengan menambah beban pengungkapan tanggung jawab sosial sehingga beban pajak yang harus dibayar lebih rendah dari yang seharusnya dan perusahaan tetap memiliki citra yang baik.

Berdasarkan fenomena dan uraian latar belakang diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul. “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Tanggung Jawab Sosial Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016”.

## 1.2. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dari latar belakang di atas adalah :

1. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan dan agresivitas pajak berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016?
2. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, agresivitas pajak dan manajemen laba secara simultan maupun parsial berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung

jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016?

3. Apakah profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak berpengaruh terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial melalui manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016?

### 1.3. Ruang Lingkup Penelitian

Adapun ruang lingkup dari penelitian ini adalah :

- a. Variabel dependen yaitu pengungkapan tanggung jawab sosial.
- b. Variabel independen yaitu
  1. Profitabilitas yang diproksikan dengan *Return On Aset* (ROA).
  2. Ukuran perusahaan dan
  3. Agresivitas pajak yang diproksikan dengan *Effective Tax Rates* (ETR).
- c. Variabel intervening yaitu manajemen laba yang di proksikan dengan spesifik akrual.
- d. Objek penelitian yaitu perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
- e. Periode pengamatan adalah 2014 sampai dengan 2016.

### 1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan dan agresivitas pajak secara simultan maupun parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, agresivitas pajak dan manajemen laba secara simultan maupun parsial terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, dan agresivitas pajak terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial melalui manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016.

### 1.5. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada berbagai pihak, diantaranya:

1. Bagi Peneliti Selanjutnya.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran untuk menambah wawasan mengenai profitabilitas, ukuran perusahaan, agresivitas pajak, pengungkapan tanggung jawab sosial dan manajemen laba.

2. Bagi Investor.

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan gambaran informasi kepada investor mengenai praktik pertanggung jawaban sosial dan manajemen laba di perusahaan sehingga investor dapat mengambil keputusan yang tepat dan menguntungkan.

### 1.6. Originalitas Penelitian

Penelitian ini merupakan hasil replikasi dari penelitian sebelumnya dengan judul “Pengaruh Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan terhadap Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* pada Perusahaan Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2014” [10]. Penelitian ini memiliki beberapa perbedaan dengan penelitian sebelumnya yaitu :

1. Variabel Independen.

Penelitian terdahulu menggunakan profitabilitas dan ukuran perusahaan sebagai variabel independen. Dalam penelitian ini ditambahkan variabel independen yaitu agresivitas pajak, dengan alasan bahwa dalam praktik bisnis umumnya pengusaha mengidentifikasi pembayaran pajak sebagai beban sehingga pengusaha akan berusaha untuk meminimalkan beban tersebut guna mengoptimalkan laba. Perusahaan yang agresif terhadap pajak akan menambah beban pengungkapan

tanggung jawab sosial agar laba yang dihasilkan lebih rendah sehingga otomatis beban pajak yang dihasilkan juga lebih rendah [13].

## 2. Variabel Intervening.

Dalam penelitian ini ditambahkan manajemen laba sebagai variabel intervening dengan alasan bahwa perusahaan yang melakukan manajemen laba akan menambah biaya pengungkapan tanggung sosial untuk menarik simpati dari masyarakat. Manajemen laba didefinisikan sebagai intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba. Dalam hal ini beban pengungkapan tanggung jawab sosial menjadi hal yang digunakan pihak manajemen untuk mengintervensi [17].

## 3. Objek yang diamati.

Penelitian terdahulu menggunakan perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dalam penelitian ini objek yang diamati adalah perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## 4. Periode pengamatan.

Penelitian terdahulu menggunakan periode pengamatan 2011-2014. Periode pengamatan dalam penelitian ini yaitu 2014-2016.

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL