

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Semakin banyaknya jumlah perusahaan yang terdata di Bursa Efek Indonesia (BEI) menarik banyak investor yang berminat menginvestasikan modalnya di perusahaan. *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggungjawab sosial yaitu wujud dari sebuah komitmen perusahaan dalam berperan dalam pengembangan sosial, lingkungan, dan ekonomi dimana perusahaan beroperasi. Intinya, *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki tujuan untuk mengintegrasikan kepentingan bisnis dengan kepentingan sosial yang dimana melibatkan tanggung jawab perusahaan terhadap dampak aktivitas terhadap lingkungan, komunitas, serta para pemangku kepentingan lainnya. Secara umum, perusahaan hanya berfokus pada pencapaian laba (profit) namun, seiring berjalannya waktu dalam paradigma bisnis di era modern, perusahaan diminta agar tidak hanya memperhatikan keuntungan finansialnya saja, namun juga dampak sosial dan lingkungan dari operasinya.

Tema CSR ini semakin banyak dibicarakan setelah diterbitkannya Peraturan Menteri Lingkungan Hidup Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2014 tentang Program Penilaian Peringkat Kinerja Perusahaan (PROPER) Pengelolaan Lingkungan Hidup (Fisip, 2018). Pentingnya tanggung jawab sosial ini dapat timbul dari tekanan beberapa pihak, seperti contohnya konsumen yang semakin peduli pada etika bisnis perusahaan, regulasi pemerintah yang semakin ketat, dan tuntutan

dari ekspektasi para pemangku kepentingan yang berharap akan perusahaan dapat berkontribusi positif terhadap masyarakat dan lingkungan. Perkembangan pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* di negara Indonesia ditandai dengan banyaknya perusahaan yang telah menerapkan CSR. Dalam penerapannya pun dapat diketahui dari berbagai bentuk seperti amal (charity) maupun pemberdayaan (empowerment). Penerapan CSR ini dapat dilihat dari banyaknya publikasi terkait implementasi CSR di berbagai media cetak maupun elektronik dengan tujuan menarik kepercayaan masyarakat juga memberikan nilai positif untuk perusahaan.

Diterapkannya *Corporate Social Responsibility* bukan sekedar memberikan manfaat bagi publik dan lingkungan sekitarnya, melainkan juga memberi manfaat pada perusahaan itu sendiri. Manfaat yang dimaksud yaitu mampu menaikkan reputasi perusahaan. Dalam artian, perusahaan aktif dalam pernyataan CSR cenderung mendapatkan citra yang baik pada sudut pandang konsumen, karyawan, dan juga masyarakat. Dengan memiliki reputasi baik dapat menaikkan loyalitas pelanggan dan menarik minat para investor.

Topik yang akan dibahas oleh penulis menarik untuk diteliti, terutama untuk perusahaan jasa yang terdata di BEI dengan kurun waktu 2021-2023 karena dalam tahun-tahun tersebut banyak perusahaan sedang menghadapi tantangan ekonomi dan juga tekanan dari para pemangku kepentingan untuk menjaga kinerja keuangannya agar tetap stabil. Periode ini juga memberikan gambaran seberapa kuat CSR dan reputasi perusahaan untuk menjaga transparansi dan etika pelaporan laporan keuangan. Terdapat beberapa sektor yang relevan terhadap penelitian ini karena perusahaan tersebut aktif dalam pengungkapan kegiatan CSR setiap

tahunnya dalam *annual report* dan *sustainability report*. Dalam memilih perusahaan yang akan di ambil data untuk diuji, perlu diketahui juga untuk memilih perusahaan dengan indikator profitabilitas yang jelas seperti ROA, ROE, atau NPM karena profitabilitas menjadi variabel lain yang diteliti.

Secara ringkas, tanggungjawab sosial perusahaan adalah hal yang tidak hanya penting bagi lingkungan juga publik, tetapi juga penting untuk keberhasilan visi juga misi dari perusahaan itu sendiri. Dalam dunia bisnis saat ini, CSR menjadi nilai penting untuk membangun reputasi yang positif. Meskipun CSR memberikan manfaat yang baik, dalam penerapannya perusahaan juga sering kali dihadapkan oleh beberapa tantangan tantangan yang timbul. Selain Corporate Social Responsibility (CSR), profitabilitas juga menjadi variabel pada penelitian ini.

Profitabilitas merupakan ukuran kinerja keuangan yang menunjukkan seberapa efisiensi perusahaan mendapatkan keuntungan pada aset, modal, dan pendapatan dihasilkan perusahaan. Pengukuran profitabilitas pada umumnya dapat diukur melalui beberapa rasio keuangan. Contohnya seperti, *Return on Assets* (ROA), *Return on Equity* (ROE), *Net Profit Margin* (NPM). Perusahaan profitabilitas besar, mengartikan perusahaan mampu mengelola asetnya secara efisien dan efektif guna menghasilkan laba. Sedangkan, jika profitabilitasnya rendah dapat menjadi indikasi masalah pada operasional atau keuangan perusahaan.

Pengertian manajemen keuntungan yaitu aksi manajemen memanipulasi laporan keuangan perusahaan yang bertujuan guna memberikan gambaran yang baik mengenai kondisi keuangan di dalam perusahaan tersebut daripada kondisi keuangan perusahaan yang sebenarnya. Tindakan ini dilakukan dengan

memanfaatkan fleksibilitas dalam standar akuntansi agar dapat menyajikan laporan keuangan yang jauh lebih menguntungkan, misalnya dengan memilih metode akuntansi yang dapat mengurangi beban pajak atau dapat meningkatkan laba akuntansi. Namun, dengan dilakukannya tindakan seperti ini sering menimbulkan kontroversi sebab tak menggambarkan kondisi perusahaan sesungguhnya maka memungkinkan merugikan para pemangku kepentingan. Pengukuran manajemen keuntungan yang dinilai memanfaatkan *Modified Jones Model* dipandang model yang sangat baik serta memberi hasil kuat terhadap pengukuran proksi pada manajemen laba.

Topik yang akan dibahas oleh penulis menarik untuk diteliti, terutama perusahaan sub-sektor perbankan yang terdata di Bursa Efek Indonesia dalam kurun waktu 2021-2023 karena dalam tahun-tahun tersebut banyak perusahaan sedang menghadapi tantangan ekonomi yang diakibatkan wabah COVID-19 dan juga tekanan dari para pemangku kepentingan untuk menjaga kinerja keuangannya agar tetap stabil. Periode ini juga memberikan gambaran seberapa kuat CSR dan reputasi perusahaan untuk menjaga transparansi dan etika pelaporan laporan keuangan.

Pembahasan di penelitian ini, hubungan Corporate Social Responsibility (CSR) juga profitabilitas pada manajemen keuntungan menjadi topik bahasan menarik untuk diteliti. Teori agensi menyebutkan bahwa manajemen laba sering dilakukan guna memenuhi kepentingan manajerial, terutama ketika adanya tekanan dari perusahaan untuk mencapai target keuangan tertentu.

Reputasi perusahaan dalam pembahasan ini berperan menjadi variabel moderasi mampu memperkuat ataupun melemahkan dampak CSR juga profitabilitas.

Reputasi perusahaan yang baik merupakan nilai yang baik bagi perusahaan. Dengan begitu, dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, membantu mempermudah akses ke pasar modal, dan dapat mengurangi biaya modal. Perusahaan yang mempunyai reputasi yang baik condong lebih berhati-hati pengelolaan laporan keuangannya. Hal ini dapat dikatakan karena reputasi yang positif merupakan suatu aset berharga perusahaan. Dengan memiliki reputasi yang baik akan berdampak positif pada keputusan investor untuk menanamkan modalnya sehingga perusahaan memiliki dukungan finansial yang stabil dari investornya.

Jika aksi manajemen keuntungan terungkap itu mampu merusak reputasi baik yang sudah dibentuk. Maka dari itu, reputasi perusahaan dapat berperan sebagai faktor yang memperkuat ataupun memperlemah pengaruh (CSR) dan profitabilitas terhadap manajemen laba. Serta pelaksanaan CSR yang baik juga dapat meningkatkan citra atau reputasi perusahaan dapat berdampak terhadap kinerja di suatu perusahaan. Pada intinya, variabel yang tersedia penting mampu memahami bagaimana interaksi mereka dapat memengaruhi keputusan terkait dengan pelaporan keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaannya. Oleh karena itu, penelitian ini diberi judul adalah sebagai berikut :

**“PENGARUH *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* (CSR) DAN PROFITABILITAS TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN PERAN REPUTASI PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI”.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sumber latar belakang yang telah dituliskan, disimpulkan beberapa rumusan masalah diantaranya :

1. Bagaimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada manajemen laba pada perusahaan?
2. Bagaimana pengaruh profitabilitas pada manajemen laba pada perusahaan?
3. Apakah reputasi perusahaan memoderasi pengaruh *Corporate Social Responsibility* (CSR) pada manajemen laba?
4. Apakah reputasi perusahaan memoderasi pengaruh profitabilitas pada manajemen laba?

### **1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Pada sub bab 1.3 terdapat dua pokok bahasan yang akan dibahas, yaitu tujuan serta manfaat penelitian ini. Tujuan akan dibahas nanti di sub bab 1.3.1 dan manfaat di sub bab 1.3.2.

#### **1.3.1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan analisis di atas, dapat disimpulkan bahwa studi ini ditulis dengan tujuan untuk menganalisis :

1. Menganalisis pengaruh CSR pada manajemen laba.
2. Menganalisis pengaruh profitabilitas pada manajemen laba.
3. Menganalisis peran reputasi perusahaan memoderasi hubungan CSR dan manajemen laba.
4. Menganalisis peran reputasi perusahaan memoderasi hubungan profitabilitas dan manajemen laba.

#### **1.3.2. Kegunaan Penelitian**

Adapun pemanfaatan studi yang ditulis adalah:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini membantu menambah literatur akademik. Pada lingkup akademik, studi mampu dipergunakan jadi dasar studi lanjutan dan untuk dapat memperoleh informasi yang lebih jelas tentang bagaimana CSR juga profitabilitas memengaruhi manajemen laba serta reputasi perusahaan jadi variabel moderasi. Dapat menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang ingin menganalisis pengaruh variabel-variabelnya dalam konteks laporan keuangan dan tanggung jawab sosial perusahaan.
- b. Penelitian ini dapat meningkatkan pemahaman mengenai bagaimana CSR dan profitabilitas berkaitan terhadap reputasi perusahaan. Dengan menganalisis hal tersebut sebagai variabel, penelitian ini dapat memberikan informasi apakah reputasi perusahaan memperkuat atau memperlemah pengaruh CSR juga profitabilitas pada manajemen keuntungan perusahaan. Juga memungkinkan untuk adanya pengembangan teori-teori baru atau penguatan teori yang sudah ada.

## 2. Manfaat Praktis

- a. Studi ini mampu berguna untuk manajemen perusahaan untuk membantu mengambil keputusan terkait pelaksanaan CSR dan pengelolaan profitabilitas. Dengan mengetahui bahwa CSR dan reputasi perusahaan dapat mengurangi kecenderungan praktik manajemen laba, manajemen dapat lebih termotivasi untuk mengimplementasikan CSR secara efektif dan juga meningkatkan

transparansi laporan keuangan. Selain itu, penelitian ini dapat meningkatkan reputasi dan daya saing perusahaan sehingga perusahaan memahami betapa pentingnya membangun reputasi yang baik dengan melalui CSR dan kinerja keuangan perusahaan yang baik. Hal ini tidak hanya meningkatkan reputasi perusahaan melainkan dapat menarik investor dan konsumen.

- b. Penelitian ini juga memiliki manfaat untuk investor. Investor dapat menggunakan penelitian ini untuk lebih memahami faktor-faktor apapun yang memengaruhi adanya praktik manajemen keuntungan pada suatu perusahaan. Hal ini memberikan investor-investor informasi dan pengetahuan tambahan dalam menilai risiko dan peluang investasi yang akan diambil. Selain itu, investor juga dapat lebih teliti dalam menilai laporan keuangan perusahaan yang perusahaan mempunyai reputasi kurang baik atau tidak aktif dalam CSR. Karena di dalam penelitian ini menyimpulkan perusahaan reputasi kurang baik condong akan melaksanakan praktik manajemen keuntungan.
- c. Selain bermanfaat bagi manajemen perusahaan dan investor, penelitian ini juga bermanfaat bagi konsumen atau masyarakat dengan memberikan informasi pentingnya perusahaan menjalankan praktik bisnis yang etis.

#### **1.4 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan skripsi meliputi 5 bab saling berkaitan. Dalam penulisan skripsi ini nantinya akan memberi informasi serta penjelasan bagi para pembaca dalam memahami apa masalah yang dibahas, isi dari penelitian, dan hasil dari penelitian ini. Berikut pembagian sistematika pada penulisan skripsi adalah :

#### 1. Bagian Awal

Bagian awal mencakup Halaman Judul, Halaman Persetujuan, Lembar Pengesahan, Pernyataan Orisinalitas Tugas Akhir/Skripsi, Abstrak/Abstract, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Gambar, dan Lampiran.

#### 2. Bagian Inti

Bagian yang kedua ini mencakup Pendahuluan, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, Pembahasan serta Penutup.

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan peneliti akan menjelaskan uraian tentang latar belakang masalah yang menjadi dasar penelitian, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bagian tinjauan pustaka berisi landasan teori yaitu penjelasan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan dalam penelitian yang akan dibahas dalam Tugas Akhir/Skripsi serta bahasan hasil penelitian terdahulu. Bab ini berisi landasan teori, peneliti terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

### BAB III METODE PENELITIAN

Metode penelitian menjelaskan tentang bagaimana penelitian akan dilaksanakan dan cara apa yang akan digunakan dalam menganalisis topik penelitian. Bagian ini menguraikan definisi operasional variabel, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data dan metode analisis yang digunakan.

#### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini mendeskripsikan objek penelitian, analisis, interpretasi serta argumentasi terhadap hasil penelitian. Analisis hasil penelitian bertujuan untuk menjawab tujuan penelitian atau pemecahan masalah yang diteliti. Bab ini berisikan deskripsi objek, penelitian, analisis data, dan interpretasi hasil.

#### BAB V PENUTUP

Penutup merupakan bab akhir dari tugas akhir/skripsi yang memuat kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran dari penulis.

### 3. Bagian Akhir

Pada bab terakhir terdiri dari Daftar Pustaka dan Lampiran.