

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Keagenan

Jensen dan Meckling (1976) dalam Jayastini dan Wirajaya (2016) mendeskripsikan hubungan keagenan sebagai suatu kontrak kerja sama (*nexus of contract*) yang mana satu atau lebih prinsipal menggunakan agen untuk menjalankan aktivitas perusahaan. Prinsipal adalah investor, sedangkan agen meliputi manajer maupun manajemen yang menjalankan perusahaan.

Teori keagenan merupakan teori yang menjadi dasar hubungan antara pemegang saham sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Prinsipal adalah pihak pemberi modal. Sedangkan, agen adalah pihak yang menjadi tenaga kerja dalam menjalankan perusahaan.

Hubungan tersebut dapat menimbulkan suatu konflik keagenan dimana prinsipal menginginkan bertambahnya kekayaan dan kemakmuran para prinsipal, begitupula agen selaku pengelola perusahaan, juga menginginkan bertambahnya kesejahteraan bagi para manajer. Dengan demikian munculah konflik kepentingan antara pemilik (prinsipal) dengan manajer (agen). Prinsipal lebih tertarik untuk dapat memaksimalkan *return* dan harga sekuritas dari investasinya, sedangkan agen mempunyai

kebutuhan psikologis dan ekonomi yang luas, termasuk memaksimalkan kompensasinya (Rahayu dan Andri, 2010).

Oleh karena itu, jika prinsipal selaku pemilik dana kurang pengawasan terhadap pengelolaan dana maka akan membuka peluang bagi agen untuk memanipulasi laporan keuangan agar tampak menarik padahal tidak sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.

2. Teori Sinyal

Menurut Munawaroh dan Priyadi (2014) Teori sinyal membahas mengenai dorongan perusahaan untuk memberi sinyal kepada pihak pengguna laporan keuangan. Sinyal yang dimaksud berupa informasi tentang apa yang sudah dilakukan oleh manajemen untuk merealisasikan keinginan pemilik. Informasi yang dibutuhkan investor sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan berinvestasi haruslah lengkap, akurat serta relevan dengan kondisi yang ada.

Sehubungan dengan sinyal tersebut diharapkan pasar akan bereaksi pada saat informasi tersebut diterima oleh pasar. Cecilia *et al.* (2015) menjelaskan bahwa terjadinya reaksi pasar yaitu ditandai dengan perubahan harga dan volume perdagangan saham atas sinyal yang diberikan oleh perusahaan. Jika sinyal yang diberikan oleh perusahaan tersebut baik atau maka reaksi pasar pun akan baik dan berdampak pada kenaikan volume perdagangan, begitupula sebaliknya.

Pemberian sinyal dilakukan oleh manajer karena adanya asimetri informasi antara perusahaan dan pihak eksternal. Manajer memberikan

informasi melalui laporan keuangan untuk pihak eksternal, sedangkan informasi di dalam perusahaan merupakan sinyal bagi para pelaku pasar untuk melakukan investasi yang akan memengaruhi prospek perusahaan di masa depan. Oleh sebab itu, segala bentuk informasi mengenai perusahaan harus diungkapkan, baik itu informasi keuangan maupun non keuangan.

3. *Corporate Social Responsibility Disclosure*

Corporate Social Responsibility menurut *World Bisnis Council for Sustainable Development* (WBCD) (2002) merupakan komitmen bisnis perusahaan untuk berkontribusi dalam pembangunan ekonomi secara berkelanjutan, bekerja dengan para karyawan perusahaan, keluarga karyawan, berikut komunitas-komunitas setempat (lokal), masyarakat secara keseluruhan dalam rangka meningkatkan kualitas kehidupan.

Corporate Social Responsibility memperluas tanggung jawab perusahaan, di luar peran tradisionalnya untuk menyediakan laporan keuangan kepada pemilik modal yang tidak lain adalah pemegang saham. Oleh karena itu, perusahaan mempunyai tanggung jawab yang lebih luas dibanding hanya mencari laba untuk pemegang saham (Purnasiwi, 2011).

Corporate Social Responsibility (CSR) bersifat wajib (*mandatory*) bagi kriteria perusahaan tertentu seperti yang disebutkan dalam UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pasal 74 yang menyatakan bahwa:

Perseroan yang menjalankan usahanya dibidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Tanggung jawab sosial dan lingkungan tersebut merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatuhan dan kewajaran. Jika Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban tanggung jawab sosial akan dikenai sanksi sebagaimana sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan. Selain perusahaan diwajibkan melakukan kegiatan CSR, UU No. 40 Tahun 2007 pasal 66 ayat (2) tentang Perseroan Terbatas juga mewajibkan perusahaan untuk mengungkapkan aktivitas tanggung jawab sosialnya dalam laporan tahunan. Akan tetapi, item-item CSR yang diungkapkan perusahaan merupakan informasi yang bersifat sukarela (*voluntary*). (Cheng dan Christiawan, 2011).

Adapun CSR memberikan manfaat bagi perusahaan sebagaimana dijelaskan oleh Nurmansyah (2006) dalam Gunawan dan Utami (2008) yaitu:

1. Daya saing berkelanjutan, CSR sangat berpengaruh terhadap daya saing perusahaan
2. Menciptakan peluang bisnis baru
3. Menarik dan mempertahankan investor dan mitra bisnis yang berkualitas
4. Kerjasama dengan komunitas lokal

5. Menghindari krisis akibat malpraktek CSR
6. Mendapat dukungan pemerintah karena banyak pemerintahan yang menyediakan insentif keuangan terhadap inisiatif-inisiatif CSR yang baik
7. Membantu modal politik, dengan terciptanya hubungan baik antara perusahaan dengan pemerintah dan tokoh politik, akan memengaruhi peraturan, menata ulang institusi publik dimana perusahaan bergantung serta meningkatkan citra publik perusahaan.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan rasio yang dapat digunakan untuk mewakili kinerja keuangan perusahaan, meningkatnya kinerja keuangan perusahaan akan meningkatkan *return* yang akan diterima oleh investor.

Menurut Mardiyati *et al.* (2012) rasio profitabilitas mengukur kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dari kegiatan bisnis yang dilakukan. Melalui rasio profitabilitas, investor dapat mengetahui seberapa efisien perusahaan dalam memanfaatkan asetnya. Serta seberapa efisien perusahaan dalam menggunakan aset tersebut untuk melakukan operasinya guna menghasilkan keuntungan.

Overview atas perusahaan dilakukan oleh para investor dengan melihat rasio keuangan. Rasio keuangan kemudian digunakan sebagai alat evaluasi investasi, karena rasio keuangan mencerminkan tinggi rendahnya nilai perusahaan. Profitabilitas terutama *Return On Equity* (ROE)

digunakan investor apabila ingin melihat seberapa besar kemampuan perusahaan dalam menghasilkan *return* atas investasi yang akan ditanamkan. Karena melalui ROE dapat diketahui seberapa efektif suatu perusahaan menghasilkan *return* bagi para investor. (Munawaroh dan Priyadi, 2014).

Menurut Pasaribu dan Sulasmiyati (2016) *Return On Equity* (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan tingkat pengembalian yang diperoleh pemilik saham atas investasi di perusahaan. Semakin tinggi ROE maka mengindikasikan bahwa semakin tinggi tingkat pengembalian terhadap investasi yang dilakukan investor dan begitu pula sebaliknya.

5. Nilai Perusahaan

Perusahaan didirikan tentu memiliki tujuan. Tujuannya yaitu untuk meningkatkan nilai perusahaan. Meningkatnya nilai perusahaan tentu dibarengi dengan adanya pertumbuhan perusahaan. Pertumbuhan perusahaan diindikasikan dengan penilaian yang tinggi oleh pihak eksternal terhadap aset perusahaan maupun terhadap pertumbuhan pasar saham.

Menurut Munawaroh dan Priyadi (2014) nilai perusahaan merupakan persepsi investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang sering kali dikaitkan dengan harga saham dan profitabilitas. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan juga tinggi. Nilai perusahaan yang tinggi dapat menciptakan stigma positif pasar sehingga

meningkatkan kepercayaan terhadap kinerja perusahaan tidak hanya saat ini, namun juga prospek perusahaan dimasa depan.

Nilai perusahaan dapat memberikan kemakmuran bagi para pemegang saham secara maksimum apabila harga saham perusahaan meningkat. Harga saham yang semakin tinggi dapat meningkatkan kemakmuran pemegang saham dan semakin meningkat pula nilai perusahaan yang menerminkan aset yang dimiliki perusahaan serta menunjukkan prospek perusahaan dimasa yang akan datang (Cecilia *et al.* 2015).

Dapat dikatakan pula bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang sedia dibayar apabila perusahaan tersebut dijual. Penilaian perusahaan mengandung unsur proyeksi, asuransi, perkiraan, dan *judgement*. Konsep-konsep dasar penilaian yaitu: nilai ditentukan untuk suatu waktu atau periode tertentu, nilai harus ditentukan pada harga yang wajar, penilaiannya tidak dipengaruhi oleh kelompok pembeli tertentu.

6. Manajemen Laba

Manajemen laba menurut Agustia (2013) merupakan keputusan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi tertentu yang dianggap bisa mencapai tujuan yang diinginkan, baik itu untuk meningkatkan laba atau mengurangi tingkat kerugian yang dilaporkan. Dengan adanya tindakan manipulasi tersebut dapat menyesatkan *stakeholders* dalam mengambil keputusan karena pelaporan keuangan menjadi tidak netral karena adanya

campur tangan manajer yang bertujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi.

Dianita dan Rahmawati (2011) beranggapan bahwa manajemen laba membawa konsekuensi negatif bagi pemegang saham, karyawan, masyarakat di mana perusahaan beroperasi, karir dan reputasi manajer masing-masing dan tentunya bagi perusahaan itu sendiri. Salah satu konsekuensi paling fatal dari tindakan manajemen yang memanipulasi laba adalah perusahaan akan kehilangan dukungan dari para *stakeholder*.

Manajer dapat menaikkan laba dengan menggeser laba periode-periode yang akan datang ke periode kini dan manajer dapat menurunkan laba dengan menggeser laba periode kini ke periode-periode berikutnya. Manajemen laba dilakukan dengan beberapa pola. Berikut beberapa pola manajemen laba di dalam prakteknya yaitu:

a) *Taking a bath*

Taking a bath terjadi selama periode adanya tekanan organisasi atau pada saat terjadinya reorganisasi, seperti pergantian CEO baru. Merupakan pola manajemen laba yang melaporkan laba pada periode berjalan menjadi sangat ekstrim rendah (bahkan rugi) atau sangat ekstrim tinggi dibandingkan dengan laba pada periode sebelumnya atau sesudahnya. Tindakan ini diambil dalam upaya untuk meningkatkan laba di masa yang akan datang.

Pola ini mengakui adanya biaya pada periode yang akan datang sebagai kerugian pada periode berjalan, ketika kondisi buruk yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari pada periode tersebut. Konsekuensinya, manajemen harus menghapus beberapa aktiva dan membebankan perkiraan biaya yang akan datang pada saat ini serta melakukan clear the desk, sehingga laba yang dilaporkan di periode yang akan datang meningkat.

b) *Income minimization*

Pola *Income minimization* mirip seperti pola *taking a bath* tapi tidak sekstrim pola *taking a bath*. *Income minimization* merupakan pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menurunkan jumlah laba yang dilaporkan agar laba pada laporan keuangan lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Pola ini biasanya dilakukan saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi, hal ini dilakukan agar perusahaan tidak mendapat perhatian secara politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aktiva tak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, pengeluaran R&D, dan lain-lain.

c) *Income maximization*

Pola ini berkebalikan dengan *income minimization*. Merupakan pola manajemen yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada laporan keuangan periode berjalan lebih tinggi daripada laba sesungguhnya. Pola ini dilakukan untuk memaksimalkan laba yang

dilaporkan agar memperoleh bonus yang lebih besar, meningkatkan keuntungan, dan untuk menghindari dari pelanggaran atas kontrak hutang jangka panjang.

Kebijakan yang dilakukan manajemen adalah dengan cara mempercepat pencatatan pendapatan, menunda biaya, dan memindahkan biaya untuk periode lain. *Income maximization* dilakukan pada saat laba menurun, tindakan ini untuk melaporkan *net income* yang tinggi. Pola ini dilakukan oleh perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang.

d) *Income smoothing*

Merupakan pola manajemen dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga tingkatan laba cenderung konsisten (rata atau *smooth*). Pihak manajemen dengan sengaja menurunkan atau meningkatkan laba untuk mengurangi gejolak dalam pelaporan laba, sehingga perusahaan terlihat stabil atau tidak beresiko tinggi. Karena investor cenderung menyukai laba yang relatif stabil.

Apabila laba pada periode sekarang relatif rendah tetapi laba di masa yang akan datang relatif tinggi, maka manajer akan melakukan metode akuntansi yang dapat meningkatkan *Discretionary Accruals* saat ini. Manajer akan meminjam laba di masa mendatang. Sedangkan jika saat sekarang laba relatif tinggi tetapi penghasilan di masa mendatang diperkirakan relatif rendah, maka manajer akan melakukan metode akuntansi yang dapat menurunkan *Discretionary Accruals* saat

ini. Pihak manajer dengan efektif akan menabung penghasilannya saat sekarang untuk kemungkinan penggunaan di masa mendatang.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

1. *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Nilai Perusahaan

Aktivitas *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh perusahaan secara berkelanjutan dianggap sebagai bentuk tanggung jawab dan kepedulian perusahaan terhadap lingkungan dan *stakeholders*-nya. Pengungkapan CSR akan membangun citra baik perusahaan dimata investor sehingga dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Semakin banyak investor yang tertarik untuk menanamkan modal, semakin meningkat pula harga saham perusahaan sehingga secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan dimata *stakeholders*.

Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Zarlina dan Salim (2014) yang menyatakan bahwa semakin tinggi pengungkapan CSR, semakin tinggi pula nilai perusahaan. Perusahaan yang membangun hubungan baik dengan *stakeholders* melalui aktivitas CSR akan meningkatkan reputasi perusahaan dimata investor sehingga dapat meningkatkan nilai saham perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Velda dan Achmad (2013) menyatakan hasil *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif secara signifikan terhadap *enterprise value*. Hasil serupa ditunjukkan oleh

penelitian Rosiana *et al.* (2013), Widyasari (2015) serta penelitian Hadi (2016) yang menyatakan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Namun demikian, hasil berbeda mengenai pengaruh pengungkapan CSR terhadap nilai perusahaan ditunjukkan oleh penelitian Retno dan Priantinah (2012) yang menyatakan pengungkapan CSR berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap nilai perusahaan dengan variabel kontrol ukuran perusahaan, jenis industri, profitabilitas, dan *leverage*. Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H₁: *Corporate Social Responsibility Disclosure* berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

2. Profitabilitas dan Nilai Perusahaan

Rasio profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Return On Equity* (ROE). Wijaya dan Linawati (2015) menyatakan bahwa ROE merupakan ukuran profitabilitas yang dilihat dari sudut pemegang saham. ROE adalah rasio profitabilitas yang membandingkan antar laba bersih (*net profit*) perusahaan dengan aset bersihnya (ekuitas atau modal). Rasio ini mengukur berapa besar keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan dibandingkan dengan modal yang disetor oleh pemegang saham.

Melalui ROE investor dapat melihat seberapa besar perusahaan dapat menghasilkan *return* atas investasi yang mereka tanamkan. Oleh sebab itu, semakin tinggi rasio tersebut, maka semakin besar nilai

profitabilitas perusahaan, yang pada akhirnya dapat menjadi sinyal positif bagi investor dalam melakukan investasi untuk memperoleh *return* tertentu.

Tingkat *return* yang diperoleh perusahaan menggambarkan seberapa baik perusahaan tersebut dimata investor. Jika perusahaan berhasil membukukan tingkat keuntungan yang besar, maka hal ini akan menarik para investor untuk menanamkan modalnya dalam bentuk saham, sehingga harga saham dan permintaan saham pun akan meningkat, meningkat pula nilai perusahaan (Munawaroh dan Priyadi, 2014).

Rahayu dan Andri (2010) dalam penelitiannya menyatakan bahwa kinerja keuangan yang diukur dengan ROE tidak berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Meskipun demikian, penelitian Munawaroh dan Priyadi (2014) menyatakan hasil profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Martikarini (2014) dalam penelitiannya menyatakan hasil profitabilitas yang diukur dengan ROE berpengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan. Rudangga (2016) menyatakan hasil penelitian bahwa profitabilitas yang diukur dengan ROE secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya, penelitian Pasaribu dan Sulasmiyati (2016) menemukan hasil yang sama yaitu profitabilitas (ROE) berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Berdasarkan penjelasan dan penelitian terdahulu, maka dapat ditarik hipotesis yaitu:

H₂: Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap nilai perusahaan.

3. Manajemen Laba, CRSD dan Nilai Perusahaan

Manajemen memiliki dua alasan untuk melakukan manajemen laba Sebagai salah satu cara untuk memuaskan kepentingan *stakeholder*. Pertama, sebagai langkah preventif atau pencegahan untuk mengantisipasi sorotan *stakeholder* terhadap tindakan manipulasi laba yang dapat membahayakan posisinya dalam perusahaan. Kedua, sebagai alat pertahanan diri manajemen yang cenderung menyelaraskan kepentingan yang beragam dari *stakeholder* (Kusuma dan Syafruddin 2014).

Oleh sebab itu, pengungkapan CSR kemudian digunakan oleh manajemen sebagai salah satu bentuk *entrenchment strategy* untuk menutupi praktik manajemen laba yang dapat merusak kepentingan *stakeholder*. Pengungkapan CSR sebagai alat perlindungan agar perusahaan terlihat dalam kondisi yang baik, serta untuk mengalihkan perhatian investor. Akan tetapi pengungkapan CSR yang berlebihan justru akan berpengaruh buruk pada kinerja keuangan perusahaan. Kinerja keuangan yang buruk dapat menurunkan minat calon investor untuk menanamkan modal, menurunnya investasi dapat mengakibatkan menurunnya nilai perusahaan.

Hubungan tersebut telah diteliti sebelumnya oleh Velda dan Achmad (2013) akan tetapi menunjukkan hasil bahwa tidak adanya pengaruh signifikan dari manajemen laba terhadap hubungan CRSD

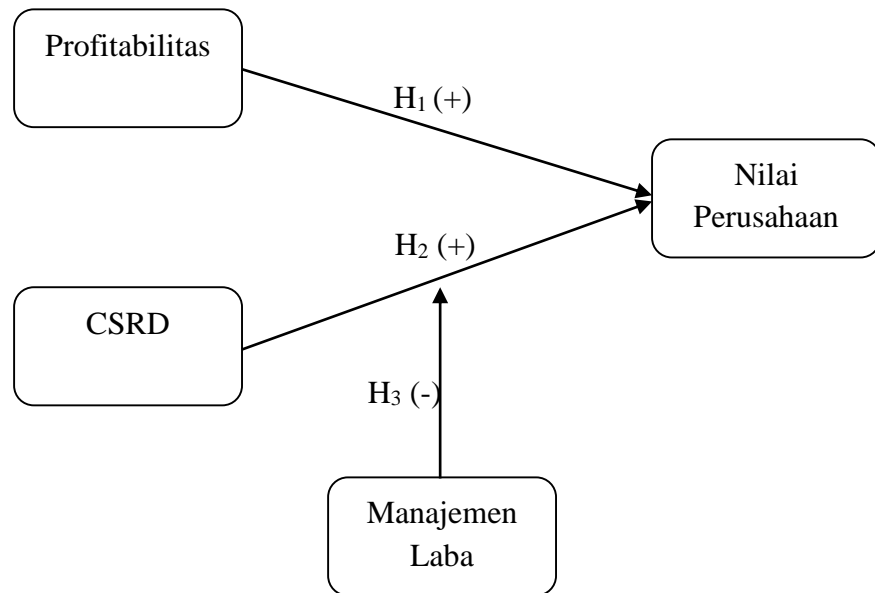
dengan nilai perusahaan. Begitu pula dengan hasil penelitian Jayastini dan Wirajaya (2016) yaitu, manajemen laba tidak terbukti sebagai variabel pemoderasi pengaruh pengungkapan CSR pada kinerja keuangan perusahaan.

Hasil berbeda ditunjukkan oleh Dianita dan Rahmawati (2011) yang menyatakan bahwa kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang terkait dengan praktek manajemen laba memengaruhi kinerja keuangan perusahaan di masa depan. Sejalan dengan hasil penelitian Dianita dan Rahmawati, hasil penelitian Kusuma dan Syafruddin (2014) menyatakan manajemen laba dapat memoderasi hubungan antara CSR dengan kinerja keuangan perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang tidak konsisten, maka untuk mengetahui apakah manajemen laba memengaruhi hubungan antara CRSD dengan nilai perusahaan, dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H₃: Manajemen laba secara signifikan memengaruhi hubungan CRSD dengan nilai perusahaan menjadi negatif.

C. Model Penelitian

Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka, model penelitian yang digunakan dalam penelitian “Analisis Pengaruh *Corporate Social Responsibility Disclosure* dan Profitabilitas terhadap Nilai Perusahaan: Manajemen Laba sebagai Variabel Pemoderasi” adalah seperti pada Gambar 2.1.



Gambar 2. 1
Model Penelitian

