

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Keagenan (Agency theory)

Grand theory yang melandasi penelitian ini adalah teori keagenan atau *agency theory*. Dalam teori keagenan ini, pihak yang terlibat adalah manajemen yang bertindak sebagai agen dan investor yang bertindak sebagai prinsipal (Alexander et al., 2020). Awalnya *agency theory* atau teori keagenan dikembangkan oleh Jensen & Meckling. Teori keagenan membahas hubungan kontrak antara pemilik (*principal*) yang mempekerjakan orang (*agent*) untuk menyediakan suatu jasa dan memberikan agen wewenang pengambilan keputusan (Jensen & Meckling, 1976). Konflik kepentingan antara prinsipal dan agen sering terjadi karena pemisahan manajemen dari pemilikan perusahaan dan pengelolaannya. Ini terjadi karena agen tidak selalu melakukan apa yang diinginkan prinsipal, yang mengakibatkan biaya keagenan atau biasa disebut *agency cost* (Pagalung, 2011).

Agency Cost memiliki 3 komponen, yaitu *monitoring cost*, *bonding cost*, *residual loss* (Jensen & Meckling, 1976). *Monitoring cost* merupakan pengeluaran yang dibayar oleh principal untuk mengukur, melacak, dan mengawasi perilaku agen agar tidak menyimpang. Biaya ini disebabkan oleh ketidakseimbangan informasi antara agen dan principal. Dalam beberapa kasus, agen mungkin harus membelanjakan sumber daya perusahaan (*bonding cost*) untuk menjamin bahwa agen tidak akan melakukan hal-hal yang dapat merugikan principal atau untuk meyakinkan principal bahwa agen akan membayar jika dia benar-benar melakukannya. Meskipun demikian, ada kemungkinan bahwa keputusan yang dibuat oleh agen dapat berbeda dari keputusan yang dibuat dengan cara yang paling menguntungkan bagi mereka. *Residual loss* adalah jumlah uang yang sebanding dengan kehilangan kesejahteraan principal.

Kebanyakan para pemegang saham akan menilai kinerja Perusahaan itu dengan melihat kemampuan Perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba atau keuntungan. Tetapi tidak jarang juga, manajer akan melakukan manipulasi terhadap laporan keuangan Perusahaan agar terlihat baik dimata investor. Dalam hal ini, manajer lebih mementingkan kepentingannya sendiri daripada

kepentingan untuk meningkatkan kualitas Perusahaan. Pihak manajemen tidak menanggung resiko atas kesalahan dalam pengambilan Keputusan, dan resiko sepenuhnya ditanggung oleh investor. Oleh karena itu, pihak manajemen cenderung melakukan pengeluaran yang bersifat konsumtif untuk kepentingan pribadinya. Pengeluaran tersebut dapat merugikan para investor yang menanamkan modalnya kepada Perusahaan. Sehingga hal ini dapat merugikan bagi Perusahaan terutama bagi investor. Sebagai manajer harus lebih mementingkan investor karena investor adalah pihak yang memberi kuasa manajer untuk menjalankan Perusahaan.

2.2. Manajemen Laba

2.2.1. Pengertian Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan praktik yang dimana manajemen perusahaan secara strategis mengatur laporan keuangan guna mencapai tujuan tertentu. Menurut (Sulistyanto, 2008) menjelaskan bahwa manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Menurut (Setiowati et al., 2023) Manajer melakukan manajemen laba bertujuan untuk mewujudkan kepentingan pribadinya, yaitu dengan cara mengatur besarnya laba yang akan dilaporkan ke stakeholder.

Menurut (PPM School Of Management, 2024) manajemen laba adalah praktik yang dilakukan oleh manajemen suatu perusahaan untuk mempengaruhi angka-angka dalam laporan keuangan. Tujuannya yaitu untuk membuat laporan keuangan tersebut tampak lebih menarik bagi para stakeholder, seperti investor, kreditor, dan analisis pasar. Dalam hal ini manajemen laba tidak selalu bersifat negatif, dalam banyak kasus, ini adalah upaya untuk memanfaatkan fleksibilitas yang diizinkan dalam standar akuntansi. Misalnya, perusahaan mungkin memilih untuk menunda pengakuan biaya besar ke periode berikutnya untuk mempertahankan laba operasional yang stabil.

2.2.2. Tujuan Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan praktik yang umum terjadi, yang dimana manajemen perusahaan berusaha untuk mengatur laporan keuangan dalam tujuan tertentu. Manajemen laba memiliki beberapa tujuan yang dapat bermanfaat bagi perusahaan. Menurut (Scott, 2015) tujuan manajemen laba yaitu sebagai berikut :

1. Memaksimalkan Laba yang dilaporkan guna untuk meningkatkan laba yang dilaporkan dalam laporan keuangan untuk menarik perhatian investor dan kreditor.
2. Mengelola ekspektasi pasar guna untuk memastikan bahwa laba yang telah dilaporkan memenuhi ekspektasi analis dan para investor
3. Mengurangi fluktuasi laba dari tahun ke tahun guna untuk menjaga stabilitas kinerja keuangan dan menghindari pelaporan kerugian yang signifikan.

2.2.3. Model-Model Pengukuran Manajemen Laba

1. Model Healy

Menurut (Healy, 1985) menguji manajemen laba dengan membandingkan rata-rata total akrual di seluruh variabel pembagian manajemen laba. Studi *Healy* berbeda dengan kebanyakan studi manajemen laba lainnya karena ia memprediksi bahwa manajemen laba sistematis terjadi dalam setiap periode. Variabel pemisahannya membagi sampel menjadi tiga kelompok, dengan pendapatan diprediksi akan dikelola ke atas di salah satu kelompok dan ke bawah pada dua kelompok lainnya. Kesimpulan kemudian dilakukan melalui perbandingan berpasangan dari total akrual rata-rata pada kelompok di mana pendapatan diperkirakan akan dikelola ke atas dengan rata-rata total akrual untuk masing-masing kelompok di mana pendapatan diprediksi akan dikelola ke bawah. Pendekatan ini setara dengan memperlakukan seperangkat pengamatan dimana pendapatan diperkirakan akan dikelola ke atas sebagai periode estimasi dan himpunan pengamatan dimana pendapatan diperkirakan akan dikelola ke bawah sebagai periode peristiwa. Total akrual rata-rata dari periode estimasi kemudian mewakili ukuran akrual *nondiscretionary*.

2. Model DeAngelo

Model *DeAngelo* menguji manajemen laba dengan menghitung perbedaan pertama dalam total akrual, dan dengan mengasumsikan bahwa perbedaan pertama memiliki nilai nol yang diharapkan berdasarkan hipotesis nol yang menyatakan tidak ada manajemen laba. Model ini menggunakan total akrual periode lalu (diskalakan dengan total aset $t-1$) sebagai ukuran akrual nondiskretioner (DeAngelo, 1986).

(Dechow et al., 1995) menjelaskan bahwa Model DeAngelo dapat dipandang sebagai kasus khusus dari Model Healy, di mana periode estimasi akrual nondiskretioner dibatasi pada pengamatan tahun sebelumnya. Gambaran umum Model Healy dan DeAngelo adalah bahwa keduanya menggunakan total akrual dari periode estimasi ke proxy untuk akrual nondiskretioner yang diharapkan. Jika akrual nondiskretioner konstan dari waktu ke waktu dan akrual diskresioner memiliki rata-rata nol pada periode estimasi, maka Model Healy dan DeAngelo akan mengukur akrual nondiskretioner tanpa kesalahan. Namun, jika akrual nondiskretioner berubah dari satu periode ke periode lainnya, maka kedua model akan cenderung mengukur akrual nondiskretioner dengan kesalahan.

3. Model Modifikasi Jones

Menurut (Dechow et al., 1995) Model *Modifikasi Jones* mempertimbangkan versi modifikasi Model Jones dalam analisis empiris. Modifikasi ini dirancang untuk menghilangkan kemungkinan dugaan Model Jones untuk mengukur akrual diskresioner dengan kesalahan ketika diskresi manajemen dilakukan terhadap pendapatan. Dalam model yang dimodifikasi, akrual nondiskretioner diperkirakan selama periode peristiwa (yaitu, selama periode di mana manajemen laba dihipotesakan. Penyesuaian yang dilakukan terhadap Model Jones asli adalah bahwa perubahan pendapatan disesuaikan dengan perubahan piutang pada periode kejadian. Model Jones asli secara implisit mengasumsikan bahwa diskresi tidak dilakukan terhadap pendapatan baik dalam periode estimasi atau periode peristiwa. Versi Modifikasi Model Jones secara implisit mengasumsikan bahwa semua perubahan dalam penjualan kredit pada periode kejadian berasal dari manajemen laba, hal ini didasarkan pada penalaran

bahwa lebih mudah mengelola pendapatan dengan menerapkan diskresi atas pengakuan pendapatan atas penjualan kredit daripada mengelola pendapatan dengan menerapkan diskresi atas pengakuan pendapatan atas penjualan tunai. Jika modifikasi ini berhasil, maka perkiraan manajemen laba seharusnya tidak lagi bias terhadap nol dalam sampel dimana manajemen laba telah dilakukan melalui pengelolaan pendapatan.

4. Model Stubben

Menurut (Stubben, 2010) menjelaskan bahwa model *discretionary revenue* (pendapatan diskresioner) lebih mampu mengatasi bias dalam pengukuran manajemen laba jika dibandingkan dengan akrual diskresioner. Hal ini karena model akrual diskresioner banyak menerima kritik akibat adanya bias dari gangguan kesalahan dalam melakukan estimasi atas diskresi manajer. Sehingga akan perlunya mengatasi bias tersebut dengan cara memusatkan perhatian pengukuran manajemen laba pada salah satu factor pembentuk laba. Dia berargumen bahwa pendapatan merupakan komponen terbesar yang menyumbangkan laba perusahaan dan juga sebagai subjek utama diskresi manajer, sehingga dengan memfokuskan pada pendapatan akan diperoleh estimasi diskresi yang lebih akurat untuk mengukur praktik manajemen laba. Pendapatan diskresioner adalah selisih antara perubahan aktual piutang dan perubahan piutang yang diprediksi berdasarkan model. Piutang yang terlalu rendah tinggi secara tidak normal mengindikasikan adanya praktik manajemen laba dalam perusahaan.

2.3. Corporate Social Responsibility

2.3.1. Pengertian Corporate Social Responsibility

Corporate social responsibility (CSR) merupakan suatu bentuk pertanggungjawaban Perusahaan dalam memperbaiki kesenjangan sosial kerusakan-kerusakan lingkungan yang diakibatkan dari aktivitas operasional perusahaan (Siregar, 2019). Semakin banyak pertanggungjawaban yang dilakukan oleh perusahaan terhadap sosial lingkungan, maka kepercayaan masyarakat terhadap Perusahaan tersebut menjadi meningkat. Stakeholder lebih berminat pada perusahaan yang memiliki citra yang baik di masyarakat karena semakin

baiknya citra perusahaan, maka loyalitas konsumen akan semakin tinggi (Retno & Priantinah, 2012).

2.3.2. Prinsip *Corporate Social Responsibility*

Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility* yang berhasil menurut (Pearce II & Robinson, 2008) sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi misi jangka panjang yang tahan lama

Perusahaan memberikan kontribusi sosial terbesar jika mengidentifikasi tantangan kebijakan yang penting dan berlangsung lama serta berpartisipasi pada solusinya dalam jangka panjang.

2. Mengkontribusikan yang telah dilakukan

Perusahaan memaksimalkan manfaat dan kontribusi perusahaan jika perusahaan itu dapat meningkatkan kemampuan inti serta mengkontribusikan produk dan jasa yang didasarkan pada keahlian yang digunakan dalam atau yang dihasilkan dari operasi normalnya.

3. Mengkontribusikan jasa khusus berskala besar

Perusahaan memiliki dampak sosial terbesar ketika perusahaan memberikan kontribusi khusus kepada usaha koperasi berskala besar.

4. Menimbang pengaruh pemerintah

Dukungan pemerintah bagi partisipasi perusahaan dalam CSR atau paling tidak kerelaan untuk menghilangkan hambatan sehingga dapat memberikan pengaruh positif yang penting.

5. Menyusun dan menilai total paket manfaat

Perusahaan memperoleh manfaat terbesar dari kontribusi sosialnya jika memberikan harga pada total paket manfaat. Penilaian ini sebaiknya mencakup kontribusi sosial yang diberikan maupun dampak reputasi yang memperkuat atau memperkaya posisi perusahaan di mata para konstituennya.

Dalam mencapai kesuksesan di lingkungan bisnis yang tidak pasti perusahaan harus memformulasikan strategi yang konsisten. Lingkungan organisasi merupakan variabel yang sangat penting dalam menentukan strategi bisnis suatu perusahaan.

2.3.3. Faktor Penting *Corporate Social Responsibility*

Corporate Social Responsibility memiliki beberapa faktor. Dalam penelitian yang terbit pada tahun 2006 mengungkapkan bahwa ada beberapa faktor yang dapat menyebabkan CSR atau tanggung jawab sosial dari sebuah perusahaan menjadi sangat penting untuk dilaksanakan dengan sesuai (Sulistyaningtyas, 2006). Berikut ini adalah faktor pentingnya CSR, diantaranya yaitu :

1. Adanya arus globalisasi, yang memberikan gambaran tentang hilangnya garis pembatas diantara berbagai wilayah di dunia sehingga menghadirkan universalitas. Dengan demikian menjadi sangat mungkin Perusahaan multinasional dapat berkembang dimana saja sebagai mata rantai globalisasi.
2. Konsumen dan investor sebagai public primer organisasi profit membutuhkan gambaran mengenai tanggung jawab organisasi terhadap isu sosial dan lingkungannya.
3. Sebagai bagian dalam etika berorganisasi, maka dibutuhkan tanggung jawab organisasi untuk dapat mengelola organisasi dengan baik (lebih layak dikenal dengan *good corporate governance*).
4. Masyarakat pada beberapa negara menganggap bahwa organisasi sudah memenuhi standar etika berorganisasi, ketika organisasi tersebut peduli pada lingkungan dan masalah sosial.
5. Tanggung jawab sosial setidaknya dapat mereduksi krisis yang berpotensi terjadi pada organisasi.
6. Tanggung jawab sosial dianggap dapat meningkatkan reputasi organisasi.

Kesimpulan yang dapat diambil dari beberapa faktor penting *Corporate Social Responsibility* yaitu faktor-faktor seperti globalisasi, kebutuhan konsumen dan investor, penerapan *good corporate governance*, harapan masyarakat, pengurangan

risiko krisis, dan peningkatan reputasi menunjukkan bahwa pelaksanaan CSR yang baik sangat penting bagi keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

2.3.4. Tujuan *Corporate Social Responsibility*

Sebuah perusahaan yang melakukan CSR harus diarahkan kepada upaya untuk meningkatkan *triple bottom line* (TBL) perusahaan, yaitu sosial, ekonomi, dan lingkungan. Tujuan CSR adalah agar perusahaan dapat melakukan pembangunan dan peningkatan pada tiga dimensi tersebut. Tiga dimensi kinerja CSR sering juga disebut dengan istilah *three pillars* di antaranya yaitu :

1. *People* atau Sosial

People atau masyarakat mengacu kepada beragam inisiatif sosial yang membentuk strategi CSR dari perusahaan. Sebagai contoh, pemberian yang dilakukan perusahaan, keterlibatan masyarakat, dan berbagai upaya perusahaan untuk melakukan peningkatan kualitas hidup pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal.

2. *Planet* atau Lingkungan

Planet mengacu kepada dampak ekologis atau lingkungan dan praktik lingkungan dari sebuah perusahaan. Sebagai contoh, melakukan upaya reboisasi di daerah perusahaan beroperasi, menutup lubang-lubang bekas galian tambang, hingga pengembalian fungsi tanah bekas tambang.

3. *Profit* atau Keuntungan

Profit memuat tidak hanya keuntungan yang didapatkan oleh sebuah perusahaan. Untuk pemegang sahamnya, namun, keuntungan yang juga dirasakan oleh masyarakat secara lebih umum. Sebagai contoh, perusahaan dan masyarakat sama-sama mendapatkan keuntungan dari keberhasilan perusahaan, masyarakat sekitar bisa membuka usaha di sekitar perusahaan, dan lain sebagainya.

2.3.5. Manfaat *Corporate Social Responsibility*

Setelah memahami bagaimana pengertian, prinsip, faktor, dan tujuan dari *corporate social responsibility*. Perlu diketahui bahwa selain memiliki manfaat meminimalisasi potensi kerusakan lingkungan, CSR juga memiliki berbagai keuntungan lainnya. Berikut ini adalah manfaat dari *Corporate Social Responsibility*, di antaranya yaitu :

1. Bagi Lingkungan Hidup

CSR dapat memberikan manfaat untuk membantu melakukan upaya pelestarian lingkungan hidup bahkan seharusnya perusahaan dapat mencegah segala potensi kerusakan alam. Dalam konsep CSR, sebuah perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan dalam jangka waktu tertentu saja, melainkan harus berperan serta dan berkontribusi aktif terhadap kualitas lingkungan melalui dana CSR perusahaan.

2. Bagi Masyarakat

CSR bisa memberikan manfaat untuk memberikan kontribusi kepada masyarakat. Konsep CSR mengharuskan perusahaan dapat memberikan kenyamanan dan keamanan kepada masyarakat sekitar. Tidak hanya itu, dalam CSR, perusahaan juga dapat menyerap tenaga kerja dari warga sekitar atau lingkungan perusahaan beroperasi.

3. Bagi Perusahaan

Manfaat CSR yang didapatkan perusahaan adalah untuk memberikan citra baik perusahaan di mata masyarakat. Jika perusahaan memiliki kesan baik di mata masyarakat, maka proses keberlangsungan jangka panjang dan branding dari perusahaan juga akan lebih mudah. Kegiatan CSR yang sering dilakukan perusahaan untuk meningkatkan citra yaitu seperti beasiswa sepak bola, pendirian sumur di daerah kering, pemberdayaan masyarakat, dan lain sebagainya.

4. Bagi Pemerintah

CSR terbukti sangat bermanfaat untuk pemerintah sebagai pembuat kebijakan. CSR dapat ikut serta dalam mendukung program-program dari pemerintah dalam melakukan pembangunan daerah. CSR telah berhasil memberikan kontribusi dalam pembangunan daerah seperti pelestarian lingkungan, pengurangan pengangguran, pengentasan kemiskinan, pembangunan fasilitas kesehatan, pembangunan Lembaga Pendidikan dan lain sebagainya.

2.4. Mekanisme *Good Corporate Governance*

Good Corporate Governance merupakan prinsip-prinsip yang diterapkan oleh perusahaan untuk memastikan bahwa perusahaan tersebut dikelola dengan yang transparan dan bertanggungjawab baik terhadap pemegang saham maupun terhadap pemangku kepentingan lainnya. Menurut Peraturan Menteri Negara Badan Usaha Milik Negara Nomor: PER01/MBU/2011 tentang Penerapan Tata Kelola Perusahaan Yang Baik (*Good Corporate Governance*) pada Badan Usaha Milik Negara menyatakan bahwa tata Kelola Perusahaan yang baik (*good corporate governance*) yang selanjutnya disebut GCG adalah prinsip-prinsip yang mendasari suatu proses dan mekanisme pengelolaan Perusahaan berlandaskan peraturan perundang-undangan dan etika berusaha. Penerapan tata kelola perusahaan pada suatu perusahaan sangat penting untuk dapat menunjang keberhasilan pertumbuhan ekonomi dan stabilitas ekonomi yang berkelanjutan diyakini dapat meminimalkan kemungkinan munculnya masalah keagenan (Effendi, 2018).

Good Corporate Governance menurut *World Bank* merupakan cara dari pemerintah untuk mengelola sumber daya sosial dan ekonomi yang dilakukan sepenuhnya untuk kepentingan Pembangunan masyarakat. *Governance* dapat dikatakan baik jika sumber daya dan masalah yang dihadapi oleh publik dikelola secara efektif dan juga efisien. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *Good Corporate Governance* adalah kemampuan pemerintah dalam menjalankan pelayanan dan fungsi negara yang baik. *Good Corporate Governance* dapat diukur

menggunakan proporsi Komisaris Independen, Komite Audit, dan Kepemilikan Manajerial, kepemilikan institusional.

Prinsip-prinsip *Good Corporate Governance* menurut Komisi Nasional Kebijakan *Governance* (KNKG) yaitu sebagai berikut :

1. Keterbukaan (*transparency*) adalah untuk menjaga obyektivitas dalam menjalankan suatu bisnis. Perusahaan harus dapat menyediakan informasi yang material dan relevan yang dapat memudahkan untuk diakses dan dipahami oleh para pemangku kepentingan atau *stakeholder*.
2. Akuntabilitas (*accountability*) adalah prinsip yang mengatur peran dan tanggung jawab manajemen agar mampu untuk bertanggung jawab atas kinerjanya secara transparan.
3. Tanggung jawab (*responsibility*) adalah perusahaan harus mampu untuk memenuhi peraturan perundang-undangan serta dapat melaksanakan tanggung jawab terhadap masyarakat dan lingkungan sehingga dapat mendapat pengakuan sebagai *good corporate citizen*.
4. Kemandirian (*independency*) adalah melancarkan pelaksanaan dari prinsip-prinsip *good corporate governance*. Perusahaan meyakini bahwa kemandirian merupakan suatu keharusan agar organ dalam perusahaan dapat bertugas dengan baik serta mampu untuk dapat membuat Keputusan yang baik bagi perusahaan.
5. Kewajaran (*fairness*) adalah perlakuan yang sama terhadap semua pemegang saham termasuk investor asing dan pemegang saham minoritas. Perusahaan harus memastikan kepentingan pemegang saham dan pemangku kepentingan lainnya berdasarkan kewajaran dan kesetaraan dalam menjalankan kegiatan perusahaan.

Mekanisme adalah cara kerja sesuatu secara tersistem untuk dapat memenuhi persyaratan tertentu. Mekanisme dalam *good corporate governance* adalah prosedur dan hubungan yang jelas antara pihak yang mengambil keputusan dengan pihak yang melakukan pengawasan terhadap keputusan. Dalam penelitian ini mekanisme *good corporate governance* yang digunakan adalah komisaris independent, komite audit, dan kepemilikan manajerial.

Tujuan dan Manfaat Penerapan *Good Corporate Governance*

Menurut (Damanik, 2023) tujuan dan manfaat penerapan *good corporate governance* yaitu sebagai berikut :

1. Mengoptimalkan nilai perusahaan agar memiliki daya saing yang kuat baik secara nasional maupun internasional, sehingga mampu mempertahankan keberadaannya dan hidup berkelanjutan untuk mencapai maksud dan tujuan.
2. Mendorong pengelolaan perusahaan secara profesional, efisien dan efektif serta.
3. Memberdayakan fungsi dan meningkatkan kemandirian organ Perusahaan.
4. Mendorong agar organ perusahaan dalam membuat keputusan dan menjalankan tindakan dilandasi nilai moral yang tinggi dan kepatuhan terhadap peraturan perundang undangan serta kesadaran akan adanya tanggung jawab sosial perusahaan terhadap pemangku kepentingan maupun kelestarian lingkungan di sekitar perusahaan.
5. Meningkatkan kontribusi perusahaan di lingkungan sekitar perusahaan dan dalam perekonomian nasional.

2.4.1. Komisaris Independen

Komisaris Independen merupakan mekanisme bagian internal *Good Corporate Governance* yang menjamin pada disiplin manajer perusahaan. *Good Corporate Governance* bertujuan untuk menciptakan nilai tambah bagi pemangku kepentingan atau *stakeholder*. Komisaris independen adalah anggota komisaris yang berasal dari perusahaan publik, yang tidak mempunyai saham baik langsung ataupun tidak langsung pada perusahaan publik.

Menurut (Sulistyanto, 2008) misi yang diemban komisaris independen untuk mewujudkan kehidupan bisnis yang sehat, bersih, dan bertanggung jawab adalah sebagai berikut :

1. Mendorong terciptanya iklim yang objektif dan keadilan untuk semua kepentingan sebagai prinsip utama pembuatan keputusan manajerial.

2. Mendorong diterapkannya prinsip dan praktek *good corporate governance* melalui pemberdayaan dewan komisaris agar dapat melakukan tugas pengawasan dan pemberian nasihat kepada manajer secara efektif dan lebih memberikan nilai tambah bagi perusahaan.

Komisaris independen wajib menerapkan prinsip *good corporate governance* yaitu menjamin transparansi laporan keuangan, perlakuan yang adil terhadap pemegang saham atau *stakeholder*, mengungkapkan transaksi yang mengandung masalah, patuh terhadap undang-undang yang berlaku dan menjamin akuntabilitas.

2.4.2. Komite Audit

Menurut Ikatan Komite Audit Indonesia (IKAI) komite audit merupakan suatu komite yang bekerja secara *professional* dan independen yang dibentuk yang dibentuk oleh dewan komisaris dan tugasnya adalah membantu dan memperkuat fungsi dari dewan komisaris atau dewan pengawas dalam menjalankan fungsi pengawasan atas proses pelaporan keuangan, manajemen risiko, pelaksanaan audit dan implementasi *good corporate governance* di perusahaan-perusahaan. Menurut peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 13/PJOK//03/2017 Komite Audit adalah suatu komite yang dibentuk untuk bertanggung jawab kepada dewan komisaris dalam membantu dan melaksanakan fungsi dan tugas dewan komisaris.

Komite audit mempunyai tugas terpisah dalam membantu dewan komisaris terutama berhubungan dengan kebijakan akuntansi, pengawasan dan sistem pelaporan keuangan. Komite audit bertugas melakukan pengawasan atau pemantauan terhadap manajemen, agar manajemen tidak bersifat oportunistik. Tujuan di bentuknya komite audit yaitu:

1. Penyusunan Laporan Keuangan

Saat pembuatan laporan keuangan perusahaan, komite audit melakukan pengawasan yang bebas untuk proses penyusunan laporan serta pelaksanaan audit eksternal.

2. Manajemen Risiko dan Kontrol

Komite audit melakukan pengawasan untuk proses pengelolaan resiko dan control.

3. *Corporate Governance*

Komite audit melaksanakan pengawasan bebas untuk jalannya pelaksanaan tata kelola perusahaan. Prosedur tata kelola perusahaan yang baik sangat mempengaruhi terhadap kualitas laporan keuangan.

Menurut peraturan OJK No.2/POJK.05/2014 komite audit bertugas untuk membantu tugas dewan komisaris dalam memantau dan memastikan efektivitas sistem pengendalian internal dan pelaksanaan tugas auditor internal dan auditor eksternal dengan melakukan pemantauan dan evaluasi atas perencanaan dan pelaksanaan audit dalam rangka menilai kecukupan pengendalian internal termasuk pelaporan keuangan.

2.4.3. Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan suatu kondisi yang dimana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain sebagai pemegang perusahaan. Di dalam laporan keuangan, kondisi ini ditunjukkan dengan besarnya presentase kepemilikan saham perusahaan oleh manajer. Hal ini merupakan informasi yang sangat penting bagi pengguna pelaporan keuangan dan diungkapkan dalam catatan atas laporan keuangan (CALK). Menurut (Tarigan, 2016) Kepemilikan manajerial adalah suatu kondisi di mana manajer memiliki saham perusahaan atau dengan kata lain manajer tersebut juga sekaligus sebagai pemegang saham di suatu perusahaan. Manajer memiliki kesempatan untuk terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan menyetarakan dengan pemegang saham. kepemilikan manajerial dapat diperoleh dari jumlah saham yang dimiliki oleh direksi dan manajer dibagi dengan jumlah saham yang beredar (Nuringsih, 2005). Semakin besar proporsi kepemilikan manajerial pada perusahaan, maka manajemen cenderung lebih giat untuk kepentingan pemegang saham dimana pemegang saham adalah dirinya sendiri (Asmawati, 2013).

2.5. Profitabilitas

2.5.1. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memperoleh keuntungan. Menurut Brigham dan Houston (2006), profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan Keputusan. Profitabilitas dapat ditentukan

dengan cara menghitung berbagai tolak ukur yang bersifat relevan. Salah satu tolak ukur profitabilitas adalah dengan rasio keuangan dengan menganalisis kondisi keuangan perusahaan dan tingkat profitabilitas.

2.5.2. Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Menurut (Kasmir, 2014) tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Dengan demikian dapat disimpulkan tujuan dan manfaat penggunaan rasio profitabilitas adalah untuk mengukur dan menilai laba perusahaan, baik dari segi perbandingan antar periode, perkembangan laba, efisiensi penggunaan modal, serta produktivitas dana perusahaan secara keseluruhan.

2.5.3. Pengukuran Profitabilitas

Tingkat profitabilitas perusahaan dapat diukur dengan rasio profitabilitas yang merupakan rasio yang mengukur tingkat perusahaan dalam menghasilkan profit. Rasio profitabilitas terdiri dari:

1. *Return On Assets* (ROA)

Return On Assets (ROA) merupakan rasio yang mengukur efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba dengan cara memanfaatkan aktiva yang dimiliki perusahaan.

2. *Return On Equity* (ROE)

Return On Equity (ROE) merupakan rasio yang menunjukkan seberapa besar kontribusi modal perusahaan dalam menghasilkan laba bersih, yaitu perbandingan antara laba bersih setelah pajak dan total ekuitas.

3. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) adalah rasio yang digunakan untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba bersih setelah dipotong pajak.

4. *Earning Per Share* (EPS)

Earning Per Share (EPS) merupakan rasio antara pendapatan setelah pajak dengan jumlah saham yang beredar.

Dari beberapa pengukuran profitabilitas diatas penelitian ini menggunakan *Net Profit Margin* (NPM) sebagai alat ukur profitabilitas terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan rasio ini secara langsung mengukur sejauh mana perusahaan dapat mengonversi pendapatan menjadi laba bersih setelah semua biaya, termasuk biaya operasional, bunga, dan pajak, telah dikurangkan. Rasio ini memberikan gambaran yang jelas mengenai efisiensi operasional dan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan bersih dari pendapatan yang diperoleh.

Menurut (Hameed & Razak, 2016) NPM memungkinkan untuk membandingkan kinerja perusahaan dari tahun ke tahun atau dengan perusahaan lain di industri yang sama. Fluktuasi tajam yang tidak didukung oleh kondisi pasar atau strategi bisnis yang nyata dapat mengindikasikan adanya manajemen laba. Hal ini membuat NPM menjadi alat yang berguna untuk mendeteksi upaya untuk mengatur laporan keuangan.

2.6. Penelitian Terdahulu

Penelitian ini tidak terlepas dari penelitian sebelumnya yang telah dilakukan sehingga dijadikan pedoman dan juga referensi dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Penelitian	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Suri & Dewi (2018)	Pengaruh Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> Terhadap Manajemen Laba	Y: Manajemen Laba X: <i>Good Corporate Governance</i> (Kepemilikan Institusional,	<i>Good Corporate Governance</i> (Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial,

		(Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sektor <i>Food and Beverages</i> Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2012 – 2016)	Kepemilikan Manajerial, Komite Audit, Komisaris Independen)	Komite Audit, Komisaris Independen) berpengaruh negative terhadap manajemen laba.
2.	Suaidah & Utomo (2018)	Pengaruh Mekanisme <i>Good Corporate Governance</i> Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba	X: Manajemen Laba Y: <i>Good Corporate Governance</i> (Komite Audit, Komisaris Independen, dan Kepemilikan Manajerial) dan Profitabilitas	Komite Audit dan Komisaris Independen Berpengaruh negative terhadap manajemen laba sedangkan kepemilikan manajerial dan profitabilitas berpengaruh positive terhadap manajemen laba.
3.	Alexander & Palupi (2019)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Manajemen Laba	Y: Manajemen Laba X: <i>Corporate Social Responsibility</i>	<i>Corporate Social Responsibility</i> berpengaruh negative terhadap manajemen laba.
4.	Yovianti & Dermawan (2020)	Pengaruh Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional Terhadap	Y: Manajemen Laba X: Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional	Leverage dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positive terhadap manajemen laba sedangkan Profitabilitas dan

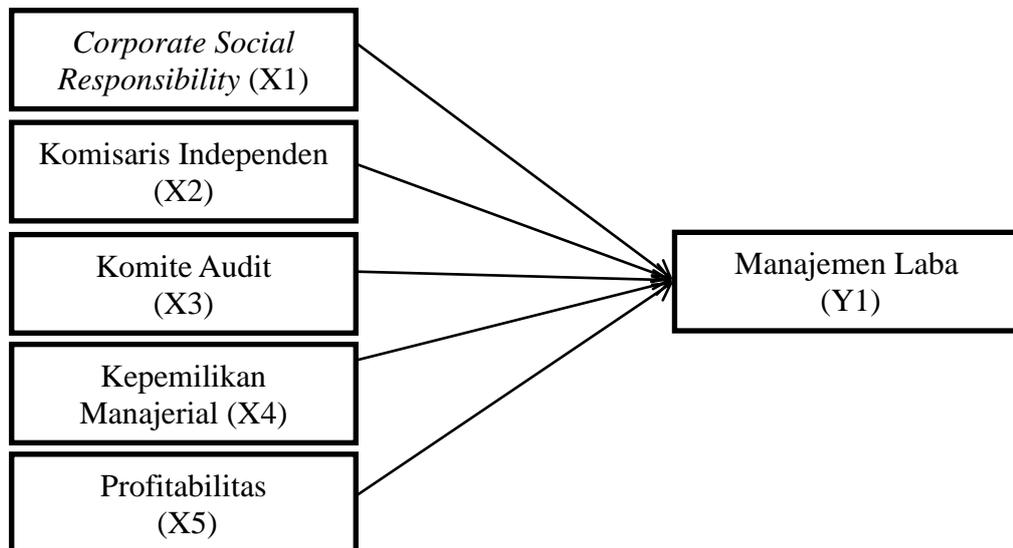
		Manajemen Laba		Kepemilikan Institusional berpengaruh negative terhadap manajemen laba
5.	Fionita & Fitra (2021)	Pengaruh Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Pertumbuhan Penjualan, dan Leverage terhadap Manajemen Laba	Y: Manajemen Laba X: Kepemilikan Institusional, Komisaris Independen, Komite Audit, Pertumbuhan Penjualan, dan Leverage	Kepemilikan Institusional, Komite audit, Pertumbuhan penjualan, Leverage tidak berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan Komisaris independen berpengaruh terhadap manajemen laba
6.	Zulkarnain & Helmayunita (2021)	Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> dan Mekanisme GCG terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Y: Manajemen Laba X: <i>Corporate Social Responsibility</i> dan <i>Good Corporate Governance</i> (Komisaris Independen, Komite Audit, Kepemilikan Manajerial)	<i>Corporate Social Responsibility</i> dan kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan Komisaris Independen, Komite Audit, tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

7.	Astria et al., (2021)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Terhadap Manajemen Laba	Y: Manajemen Laba X: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage	Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Leverage Berpengaruh positive terhadap manajemen laba
8.	Habibie & Parasetya (2022)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2016-2020)	Y: Manajemen Laba X: Profitabilitas, Leverage, Likuiditas, Dan Ukuran Perusahaan	Profitabilitas dan Leverage berpengaruh positive terhadap manajemen laba sedangkan Likuiditas dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negative terhadap manajemen laba.
9.	Tamara et al., (2022)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Profitabilitas, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Property and Real Estate	Y: Manajemen Laba X: <i>Good Corporate Governance</i> (Komisaris Independen, Komite Audit dan Kepemilikan Manajerial), Profitabilitas dan Ukuran Perusahaan	Komite Audit, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba sedangkan Komisaris Independen dan Kepemilikan Manajerial berpengaruh

				negative terhadap manajemen laba.
10	Setiowati et al., (2023)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba	Y: Manajemen Laba X: Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas	Ukuran Perusahaan, Leverage, Dan Profitabilitas berpengaruh positive terhadap manajemen laba

2.7. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran merupakan konsep pada penelitian yang saling berhubungan, yang dimana variabel yang satu dengan yang lainnya dapat berhubungan secara sistematis. Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan secara empiris hubungan antara variabel dependen yaitu manajemen laba dengan variabel independen *Corporate Social Responsibility*, *Good Corporate Governance* yang di proxikan dengan Komisaris independen, Komite Audit serta Kepemilikan Manajerial dan Profitabilitas. Adapun hasil uraian tersebut maka peneliti membuat kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.8. Bangunan Hipotesis

2.8.1. Pengaruh CSR Terhadap Manajemen Laba

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah kegiatan tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan agar investor, pelanggan, dan pihak stakeholder lainnya dapat menuntut transparansi yang lebih besar mengenai semua aspek bisnis (Zulkarnain, 2021). Adanya pengungkapan *Corporate Social Responsibility* dapat membuat manajemen perusahaan lebih bebas untuk melakukan tindakan manajemen laba, karena dengan adanya *Corporate Social Responsibility* membuat respon yang sangat positif di mata pemangku kepentingan atau investor maupun masyarakat sehingga dapat menutupi kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh manajer. Hal ini didukung oleh (Wardani & Santi, 2018) yang menunjukkan bahwa CSR digunakan oleh manajemen sebagai tameng untuk menutupi praktik manajemen laba.

Penelitian yang dilakukan oleh (Zulkarnain, 2021), berpengaruh positif terhadap manajemen laba hal ini terjadi dikarenakan tingkat *Corporate Social Responsibility* yang tinggi maka akan meningkatkan aktivitas manajemen laba

H₁ : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Manajemen Laba

2.8.2. Pengaruh Komisaris Independen Terhadap Manajemen Laba

Komisaris Independen merupakan mekanisme bagian internal *Good Corporate Governance* yang menjamin pada disiplin manajer perusahaan. Menurut Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 57 /POJK.04/2017, Komisaris Independen adalah anggota Dewan Komisaris yang berasal dari luar perusahaan. Variabel komisaris independen memiliki hubungan yang searah dengan manajemen laba. Hal ini disebabkan karena komisaris independen mempunyai tugas serta tanggung jawab terhadap perusahaan mengenai pengawasan informasi yang terdapat di laporan keuangan. Komisaris independen juga memiliki pengawasan yang lebih baik terhadap manajer perusahaan sehingga dapat mempengaruhi kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam menyajikan laporan keuangan yang dilakukan oleh manajer perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh (Fionita & Fitra, 2021) berpengaruh positif terhadap manajemen laba hal ini dikarenakan komisaris

independen memiliki pengawasan yang lebih baik terhadap manajer perusahaan sehingga dapat mempengaruhi kemungkinan terjadinya penyimpangan dalam menyajikan laporan keuangan yang dilakukan oleh manajer.

H₂ : Komisaris Independen berpengaruh Terhadap Manajemen Laba

2.8.3. Pengaruh Komite Audit Terhadap Manajemen Laba

Komite adalah salah satu komponen penting dalam tata kelola perusahaan yang baik atau biasa disebut *good corporate governance*. Komite audit merupakan sebuah komite yang dibentuk oleh dewan komisaris atau direksi untuk membantu dalam mengawasi proses pelaporan keuangan, audit internal, audit eksternal, dan manajemen risiko perusahaan. Variabel komite audit berhubungan terhadap manajemen laba. Hal ini karena semakin banyak komite audit dalam perusahaan maka akan menunjukkan kinerja yang baik dan akan semakin baik juga kesempatan untuk mengevaluasi laporan keuangan sehingga dapat menekan terjadinya manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh (Tamara et al., 2022) berpengaruh positif terhadap manajemen laba hal ini dikarenakan semakin banyak jumlah komite audit dalam sebuah perusahaan maka akan menunjukkan kinerja yang baik, akan semakin baik juga kesempatan untuk mengevaluasi laporan keuangan.

H₃ : Komite Audit berpengaruh Terhadap Manajemen Laba

2.8.4. Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba

Kepemilikan manajerial merupakan manajer suatu perusahaan yang memiliki saham atau kepentingan dalam perusahaan terkait. Hal ini dapat mempengaruhi keputusan manajerial karena manajer yang mempunyai saham cenderung akan lebih komitmen terhadap berhasilnya perusahaan. Variabel kepemilikan manajerial berhubungan terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan kepemilikan manajerial berhasil menjadi mekanisme untuk mengurangi masalah keagenan dari manajer dengan menyelaraskan kepentingan pemegang saham. Penelitian yang dilakukan oleh (Zulkarnain, 2021) dan (Suaidah & Utomo, 2018) berpengaruh positif terhadap manajemen laba hal ini dikarenakan dengan adanya kepemilikan manajemen yang besar diyakini dapat memberikan pengaruh untuk membatasi perilaku manajer dalam melakukan manajemen laba.

H₄ : Kepemilikan Manajerial berpengaruh Terhadap Manajemen Laba

2.8.5. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Oleh karena itu, profitabilitas dikenal sebagai rasio profitabilitas yang bertujuan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu, selain itu tujuannya untuk mengukur efektivitas manajemen dalam menjalankan operasional perusahaan. Dari definisi dan tujuan diatas ketika profitabilitas yang diperoleh perusahaan tinggi pada periode waktu tertentu akan memicu perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan cara mengurangi pendapatan yang diperoleh sehingga akan mengurangi tingkat pajak.

Penelitian yang dilakukan oleh (Tamara et al., 2022) dan (Suaidah & Utomo, 2018) menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba hal ini dikarenakan apabila profitabilitas naik maka perusahaan akan cenderung melakukan praktik manajemen laba.

H₅ : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba