

BAB II

TELAAH LITERATUR

Dalam penelitian ini peneliti memperoleh kajian literatur dari berbagai penelitian sebelumnya sebagai prinsip dasar penelitian ini. Bab ini akan membahas konsep dan teori yang mendukung penelitian terkait *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, *leverage*, ukuran perusahaan dan kinerja keuangan.

2.1 *Signaling Theory*

Menurut Brigham & Houston (2019:500), teori sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan yang dapat memberikan petunjuk kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang prospek perusahaan. Menurut Conelly et al (2011) dalam Khairudin & Wandita (2017) menyatakan *signaling theory* adalah sebuah konsep dimana pihak yang memberikan informasi dapat memilih informasi dan metode yang akan ditampilkan dan penerima informasi dapat memilih bagaimana menafsirkan informasi yang diterima. Informasi yang diterima oleh penerima informasi seperti investor adalah informasi yang dipublikasikan perusahaan seperti laporan keuangan dan laporan tahunan perusahaan. Laporan tahunan perusahaan memberikan informasi terkait laporan keuangan dan informasi terkait non akuntansi seperti *good corporate governance*, *corporate social responsibility*, laporan dewan komisaris, dan direksi, dan sebagainya. Laporan tahunan ini biasanya digunakan oleh pihak luar untuk melihat apakah kinerja perusahaan baik dan memiliki prospek yang cerah dari aspek kinerja keuangan, aspek sistem yang dimiliki perusahaan (*corporate governance*) dan dari aspek timbal balik perusahaan kepada lingkungan dan masyarakat (*corporate social responsibility*).

Berdasarkan pengertian diatas, teori sinyal adalah teori yang lebih menitik beratkan pada informasi yang dipublikasikan perusahaan dan reaksi atas informasi tersebut. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya informasi yang dipublikasikan perusahaan. Namun menurut Brigham & Houston (2019:499) pada kenyataannya informasi yang dimiliki oleh manajer perusahaan lebih banyak dibandingkan dengan pihak luar sehingga terjadi kesenjangan

informasi. Kesenjangan informasi yang dapat menjadi salah satu faktor terjadinya manajemen laba.

2.2 Trade off Theory

Menurut Brigham & Houston (2019:498), *Trade off theory* atau teori *trade off leverage* adalah teori dimana perusahaan memperdagangkan atau menukar manfaat pajak dari pembiayaan hutang dengan masalah yang disebabkan oleh potensi kebangkrutan. Maksudnya adalah dengan adanya bunga yang harus dibayarkan perusahaan membuat hutang lebih murah daripada saham biasa atau preferen sehingga hutang perusahaan dapat memberikan perlindungan pajak dan juga penggunaan hutang dapat menyebabkan lebih banyak pendapatan operasi perusahaan yang mengalir ke investor. Menurut Myers (2001) dalam Umdiana & Claudia (2020), suatu perusahaan akan berhutang sampai tingkat tertentu karena penghematan pajak (*tax shield*) yang ditimbulkan oleh hutang tambahan sama dengan biaya kesulitan keuangan (*financial distress*).

Brigham & Houston (2019:498) juga mengemukakan bahwa perusahaan membatasi penggunaan hutangnya untuk menekan biaya terkait kebangkrutan. Sehingga ada batasan tertentu seberapa besar perusahaan dapat memperoleh dana untuk operasional atau ekspansi perusahaan dari berhutang tetapi tidak menyebabkan kebangkrutan. Batasan tersebut dijelaskan didalam bukunya yang berjudul "*Fundamentals of Financial Management*" dalam bentuk grafik bukan rasio.

2.3 Kinerja Keuangan

Menurut IAI dalam Mahrani & Soewarno (2018), kinerja keuangan adalah kemampuan sebuah perusahaan untuk mengelola & mengendalikan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Selain itu, Hanafi dalam Rahmawati (2017) menjelaskan bahwa kinerja keuangan merupakan upaya perusahaan untuk mengevaluasi aktivitas perusahaan selama periode tertentu.

Dalam menilai atau mengevaluasi kinerja keuangan perusahaan, laporan keuangan perusahaan adalah indikator yang paling penting karena didalamnya

terdapat data yang bisa dianalisis dan diukur untuk melihat kesehatan dan pertumbuhan perusahaan. Menurut Alexander (2018:19), rasio keuangan dapat dijadikan alat yang bermanfaat untuk mengukur dan mengevaluasi kinerja perusahaan seperti yang disajikan dalam laporan keuangan. Selain itu, menurut Weygandt et al. (2015:792), rasio dapat mengungkapkan hubungan matematis antara satu kuantitas dan kuantitas lainnya dimana hubungan tersebut dinyatakan dalam persentase tingkat atau proporsi sederhana.

Berdasarkan Weygandt et al. (2015:792) terdapat 3 rasio keuangan yang bisa digunakan dalam menganalisis atau mengukur kinerja keuangan, yaitu:

1. Rasio Likuiditas

Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan jangka pendek perusahaan dalam membayar kewajiban yang sudah jatuh tempo dan memenuhi kebutuhan kas yang tidak terduga. Dalam menghitung rasio likuiditas, terdapat 4 rasio yang bisa digunakan yaitu *current ratio*, *acid-test ratio*, *account receivable turnover* dan *inventory turnover*

2. Rasio Profitabilitas

Rasio ini dapat dimanfaatkan dalam mengukur pendapatan / keberhasilan operasi perusahaan untuk periode waktu tertentu. Dalam menghitung rasio profitabilitas, terdapat 7 rasio yang bisa digunakan yaitu *profit margin*, *asset turnover*, *return on asset*, *return on common stockholders equity*, *earning per share*, *price earning ratio* dan *payout ratio*

3. Rasio Solvabilitas

Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk bertahan dalam jangka waktu yang lama. Dalam menghitung rasio solvabilitas, terdapat 2 rasio yang bisa digunakan yaitu *debt to asset ratio* dan *times interest earned*.

Untuk menganalisa atau menilai kinerja keuangan, pada umumnya baik investor atau pengguna laporan keuangan seperti stakeholder lebih sering menggunakan rasio profitabilitas karena dengan menggunakan rasio

profitabilitas, pengguna laporan keuangan dapat mengetahui dan mengevaluasi profitabilitas perusahaan. Pernyataan ini sesuai dengan teori Kasmir (2019:198) yang menyatakan rasio profitabilitas merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, dan rasio profitabilitas ini dapat mengukur tingkat efektifitas pengelolaan perusahaan.

Menurut Weygandt et al. (2015:796-800), rasio profitabilitas terbagi menjadi 7 pengukuran, yaitu:

1. *Profit margin*

Rasio yang dapat digunakan untuk mengukur presentasi setiap uang dari penjualan yang menghasilkan laba bersih

2. *Asset turnover*

Rasio yang dapat dimanfaatkan untuk mengukur seberapa efisien aset yang digunakan oleh perusahaan dalam menghasilkan penjualan atau pendapatan

3. *Return on assets*

Rasio yang dapat dimanfaatkan untuk mengukur profitabilitas aset perusahaan secara keseluruhan

4. *Return on common stockholders' equity*

Rasio ini dapat digunakan untuk mengukur profitabilitas dari pemilik investasi

5. *Earnings per share.*

Rasio ini dapat dimanfaatkan untuk mengukur pendapatan bersih yang diperoleh investor dari setiap saham biasa yang dimilikinya

6. *Price-earnings (P-E) ratio*

Rasio ini dimanfaatkan untuk mengukur harga pasar per saham terhadap laba per saham

7. *Payout ratio*

Rasio ini dimanfaatkan untuk mengukur persentase pendapatan yang dibagikan dalam bentuk dividen tunai

Menurut Kasmir (2019:199-200), terdapat tujuan dan manfaat dari penggunaan rasio profitabilitas yaitu:

semakin besar sehingga tata kelola perusahaan sudah menjadi bagian kehidupan bisnis sehari-hari dan berkembang pesat di seluruh dunia. Hal ini didukung dari pernyataan Bank Dunia yang memaparkan permintaan terhadap corporate governance berkembang pesat khususnya di negara-negara berkembang untuk membantu perusahaan dan lembaga keuangan meningkatkan kinerja mereka, mengakses pembiayaan eksternal yang terjangkau, dan menurunkan biaya modal dengan tujuan yang lebih luas untuk memajukan stabilitas keuangan dan pertumbuhan ekonomi. Corporate governance adalah sistem yang memastikan direksi atau manajemen perusahaan mengembangkan, menerapkan dan menjelaskan kebijakan yang akan menghasilkan peningkatan nilai pemegang saham dan mengatasi kekhawatiran mereka (Spedding, 2009:256) Selain itu menurut Sulistyanto (2018:134) adalah sistem yang mengatur & mengendalikan nilai tambah untuk semua stakeholder perusahaan. Berdasarkan penjelasan di atas, disimpulkan bahwa setiap perusahaan, terutama perusahaan yang terdaftar di BEI harus bisa memiliki struktur kelola perusahaan yang baik sehingga dapat memberikan jaminan kepada semua stakeholder bahwa perusahaan tersebut dapat dipercaya khususnya oleh investor. Menurut Gordon & Ringe (2018:5) yang menyatakan, Struktur tata kelola perusahaan yang baik menggunakan sistem kerja yang digunakan untuk menetapkan tujuan berprinsip, membuat keputusan yang efektif, memantau kepatuhan dan kinerja dengan tepat.

Menurut Sulistyanto (2018:138), definisi atau pengertian GCG dari setiap ahli berbeda-beda namun sebenarnya setiap definisi yang dikemukakan oleh para ahli menekankan pada 4 poin penting, yaitu:

1. Keadilan

Keadilan adalah perlindungan bagi seluruh hak pemegang saham, termasuk pemegang saham minoritas dalam mendapatkan informasi secara tepat waktu & teratur, untuk memperoleh hak suara dalam rapat pemegang saham, untuk memperoleh hak memilih direksi dan komisaris dan untuk memperoleh pembagian laba perusahaan.

2. Transparansi

Transparansi adalah pengungkapan setiap kebijakan / aturan yang telah atau akan diterapkan perusahaan, karena kepercayaan investor sangat tergantung pada pengungkapan kinerja perusahaan secara adil, akurat & tepat waktu

3. Akuntabilitas atau dapat dipertanggungjawabkan

Hal ini berdasarkan pada sistem check dan balances internal, termasuk praktik audit yang sehat dan dicapai melalui pengawasan yang efektif berdasarkan keseimbangan kewenangan antara pemegang saham, komisaris, manajer, dan auditor

4. Responsibilitas

Tanggung jawab pada perusahaan untuk mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk peraturan tentang lingkungan hidup, perlindungan konsumen, perpajakan, ketenagakerjaan, larangan monopoli dan praktik persaingan tidak sehat, kesehatan dan keselamatan kerja, serta peraturan lain yang mengatur kehidupan perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya.

Menurut YPPMI&SC dalam Nasrum (2018:2-3), Penerapan prinsip GCG di Indonesia dimulai sejak penandatanganan letter of intent (LOI) dengan IMF, salah satu poin utamanya ialah pencantuman jadwal perbaikan pengelolaan perusahaan - perusahaan di Indonesia. Diikuti oleh Komite Nasional Kebijakan Corporate Governance (KNKKG) yang berkata perusahaan – perusahaan di Indonesia memiliki tanggung jawab dalam menerapkan standar GCG yang telah diterapkan di tingkat internasional. Hal ini didukung oleh peraturan Otoritas Jasa Keuangan nomor 21/POJK.04/2015 yang mewajibkan perusahaan terbuka atau emiten untuk menerapkan Pedoman Tata Kelola sesuai dengan praktik internasional yang patut dicontoh. Pada prakteknya, di Indonesia terdapat Corporate Governance Performance Index (GCPI) untuk menilai suatu perusahaan apakah perusahaan tersebut sudah menerapkan sistem GCG

perusahaan yang baik atau tidak. Semakin besar nilai atau rating yang didapatkan suatu perusahaan maka semakin dapat dipercaya perusahaan tersebut namun jika nilai atau rating tersebut dimiliki oleh perusahaan kecil maka kredibilitas perusahaan tersebut semakin rendah sehingga perusahaan tersebut kurang dapat dipercaya.

Menurut Komite Nasional Kebijakan Governance (2006), Organ perusahaan yang terdiri dari Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS), Dewan Komisaris dan Direksi, memegang peranan penting dalam pelaksanaan GCG yang efektif, mereka harus menjalankan fungsi dan tanggung jawabnya untuk kepentingan perusahaan. Pada penelitian ini GCG diukur dengan Dewan Komisaris.

Dewan Komisaris adalah inti dari corporate governance yang memiliki tugas untuk menjamin pelaksanaan strategi perusahaan, mengawasi manajemen dalam mengelola perusahaan serta mewajibkan terlaksananya akuntabilitas (Sochib, 2016:32). Berdasarkan Pasal 20 Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 33 /POJK.04/2014, setiap perusahaan, minimal memiliki dua anggota dewan komisaris yang satu diantaranya merupakan anggota Komisaris Independen. Dalam regulasi di Indonesia, tidak ada kebijakan mengenai batasan jumlah anggota dewan komisaris pada setiap perusahaan, sehingga jumlah anggota dewan komisaris di setiap perusahaan berbeda-beda. Namun, apabila anggota Dewan Komisaris lebih dari dua orang maka jumlah Komisaris Independen minimal 30% dari jumlah anggota Dewan Komisaris. Menurut Pujakusum & Sinarti (2019), indikator yang dapat digunakan untuk mengukur dewan komisaris, ialah:

Dewan Komisaris = Jumlah Dewan Komisaris dalam perusahaan

2.6 Corporate Social Responsibility

Berdasarkan Hirschland (2006:7-8), konsep *corporate social responsibility* atau CSR sudah mengalami evolusi dalam rentang waktu yang panjang sejak tahun 1950 an ketika para sarjana mulai tertarik dengan dampak

sosial dari suatu bisnis. Kemudian dari para sarjana tersebut mulai timbul banyak definisi dan istilah dari CSR seperti “kinerja sosial perusahaan, warga perusahaan, investasi sosial perusahaan dan tanggung jawab perusahaan” hingga saat ini. Namun sebenarnya semua definisi dan istilah tersebut menyimpulkan bahwa CSR adalah gagasan dari peran bisnis dalam memberikan beberapa “kebaikan” kepada masyarakat dalam bentuk pekerjaan, pertumbuhan, filantropi, kepatuhan hukum, pengelolaan lingkungan, hak perlindungan, dan harapan lainnya.

Menurut World Bank (2004) “*Corporate social responsibility is the commitment of business to contribute to sustainable economic development—working with employees, their families, the local community and society at large to improve the quality of life, in ways that are both good for business and good for development*”. CSR merupakan komitmen dari perusahaan atau bisnis untuk memberikan kontribusi pada pembangunan ekonomi yang berkelanjutan dengan bekerja sama dengan karyawan, keluarga mereka, komunitas lokal dan masyarakat secara keseluruhan dalam meningkatkan kualitas hidup, dengan cara yang baik untuk bisnis & pembangunan. Sedangkan menurut Wibisono (2007) CSR adalah tanggung jawab bagi perusahaan terhadap para pemangku kepentingan agar bertindak secara etis, meminimalkan dampak negatif & memaksimalkan dampak positif, termasuk aspek ekonomi, sosial dan lingkungan dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan.

Definisi yang sudah disebutkan diatas merupakan beberapa contoh dari banyaknya definisi CSR sampai saat ini, namun terobosan besar mengenai konsep CSR ditemukan oleh John Elkington dengan konsepnya yang dikenal dengan 3P atau *triple bottom lines* yaitu *profit* (keuntungan atau laba), *people* (sosial), and *planet* (lingkungan). Konsep CSR 3P wajib dilakukan jika perusahaan ingin mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaannya dan hal tersebut dikemukakan oleh Elkington dalam bukunya yaitu “*Cannibal with Forks, the Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*” di tahun 1997. Perusahaan tidak hanya mengejar keuntungan (*profit*), tetapi perusahaan juga harus berkontribusi positif terhadap masyarakat (*people*) dan ikut berpartisipasi

dalam menjaga lingkungan (*planet*). Konsep ini menjelaskan keseimbangan antara perhatian atas aspek ekonomis, aspek sosial dan lingkungan.

Wibisono (2007:84-87) memaparkan manfaat yang didapatkan perusahaan ketika melakukan CSR, yaitu:

1. Mempertahankan atau mendongkrak reputasi dan *brand image* perusahaan
2. Layak mendapatkan *social license* untuk beroperasi
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan
4. Melebarkan akses sumber daya
5. Membentangkan akses menuju market
6. Mereduksi biaya
7. Memperbaiki hubungan dengan stakeholders
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan

Seperti yang sudah dijelaskan diatas, sudah banyak pemikiran mengenai CSR termasuk banyaknya institusi internasional yang telah merilis prinsip - prinsip dasar yang dapat menjadi acuan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan CSR. Salah satunya yaitu prinsip-prinsip CSR berdasarkan Prof. Alyson Warhust (1998) dalam Wibisono (2007:84-87) sebagai berikut:

1. Prioritas korporat
2. Manajemen terpadu
3. Proses perbaikan
4. Pendidikan karyawan
5. Pengkajian
6. Produk dan jasa
7. Informasi publik
8. Fasilitas dan operasi
9. Penelitian
10. Prinsip pencegahan

11. Kontraktor dan pemasok
12. Siaga menghadapi darurat
13. Transfer *best practice*
14. Memberi sumbangan
15. Keterbukaan
16. Pencapaian dan pelaporan

Di Indonesia, kegiatan CSR juga sudah diatur dalam UU RI No.40 tahun 2007 pasal 74 ayat 1 menyatakan bahwa “Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam (SDA) wajib melaksanakan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan” dan diikuti oleh ayat 3 menyatakan bahwa “Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan”. Hal ini menunjukkan CSR menjadi salah satu kegiatan wajib dan penting untuk dilakukan oleh setiap perusahaan terbuka yang berkaitan dengan SDA karena jika tidak dilakukan dapat menimbulkan sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku. Dalam melaksanakan kewajibannya, setiap program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan biasanya dipublikasikan atau diungkapkan (*CSR disclosure*).

Pengungkapan informasi terkait CSR perlu dilakukan di dalam laporan tahunan atau laporan sosial perusahaan. Tujuannya tidak hanya untuk digunakan sebagai bahan evaluasi perusahaan, tetapi sebagai alat komunikasi dengan *shareholder & stakeholder* perusahaan. Pengungkapan CSR atau *reporting* CSR mulai populer setelah stakeholder mulai menuntut perusahaan untuk tidak hanya membuat laporan yang menyangkut laporan kinerja keuangan tetapi juga membuat laporan yang menyangkut informasi mengenai aktivitas perusahaan terkait aspek sosial dan lingkungan. Namun hingga saat ini, belum ada kewajiban perusahaan untuk membuat *CSR report*. Jika terdapat perusahaan membuat report terkait CSR itu sifatnya hanyalah sukarela saja dan juga perusahaan bebas untuk menentukan bentuk atau format *reporting* yang dibuatnya sesuai kebutuhan dan kompleksitas setiap perusahaan. (Wibisono,

2007:157). Namun menurut *Center for Risk Management & Sustainability* karena banyaknya respon positif secara global terkait laporan keberlanjutan perusahaan sehingga terdapat ide untuk mengembangkan kerangka pelaporan keberlanjutan global atau sering disebut *Global Reporting Initiative (GRI)*. GRI adalah pedoman terbaru yang sering digunakan sebagai kerangka kerja *international* dalam membuat laporan berkelanjutan perusahaan. GRI terbaru saat ini adalah GRI G4 yang dirilis tahun 2013 dan mengalami pembaharuan tahun 2016 dan mulai digunakan secara serempak pada 1 Juli 2018.

Menurut Hackston dan Milne (1999) dalam Sembiring (2006) mengemukakan bahwa terdapat tujuh kategori dalam pengungkapan tanggung jawab sosial, yaitu: lingkungan, kesehatan & keselamatan kerja, energi, lain - lain tenaga kerja, keterlibatan masyarakat, produk, dan umum. Pada kategori tersebut dibagi menjadi 90 *item* pengungkapan. Berdasarkan pada peraturan Bapepam No. VII.G.2 tentang laporan tahunan, diperlukan penyesuaian item tersebut untuk bisa diaplikasikan di Indonesia. Berdasarkan kondisi di Indonesia, hanya terdapat 78 item pengungkapan yang bisa di aplikasikan di Indonesia, kemudian disesuaikan 78 item tersebut menurut sektor industri masing – masing sehingga item pengungkapan yang diharapkan dari setiap sektor berbeda-beda (Sembiring, 2006). Sektor industri tersebut dikelompokkan menjadi 12 sektor, yaitu *agriculture forestry and fishing, animal feed and husbandry, mining and mining service, construction, manufacturing, transportation service, communication, wholesale and retail trade, banking credit and agencies other than bank and securities and insurance and real estate, hotel and travel service, holding and other investment*, dan *others* (Sembiring, 2006). Namun berdasarkan Pedoman GRI G4, saat ini pengungkapan tanggung jawab sosial tidak lagi dibagi menjadi tujuh kategori namun dibagi menjadi 3 kategori yaitu lingkungan, ekonomi dan sosial. Setiap kategori terdiri dari beberapa aspek dan setiap aspek terdapat item-item yang digunakan sebagai standar dalam mengukur CSR.

Pengungkapan tanggung jawab sosial dapat diukur dengan menggunakan CSR *index* (CSRI). CSR *index* adalah luas pengungkapan relatif dari setiap pengungkapan sosial perusahaan (Zuhroh dan Sukmawati, 2003 dalam Rakhiemah & Agustia, 2009). Untuk menghitung CSRI, dapat menggunakan dikotomi, dimana setiap item CSR dalam *instrument* penelitian diberi nilai 1 jika diungkapkan dan nilai 0 jika tidak diungkapkan (Haniffa et al, 2005 dalam Sayekti dan Wondabio, 2007). Kemudian dijumlahkan skor dari setiap item untuk mendapatkan skor secara keseluruhan dari setiap perusahaan. Berikut rumus perhitungan CSRI menurut Haniffa et al, (2005) dalam Sayekti dan Wondabio (2007).

$$CSRI_j = \frac{\sum X_{ij}}{n_j}$$

Keterangan:

CSRI_j: *Corporate Social Responsibility Disclosure Index* perusahaan j

N_j: jumlah item untuk perusahaan j, n_j ≤ 78

X_{ij}: dummy variable: 1 = jika item I diungkapkan dan 0 = jika tidak diungkapkan

Dengan demikian 0 ≤ CSRI_j ≤ 1

Menurut (Wibisono, 2007:154), secara umum terdapat beberapa alasan perusahaan membuat report terkait CSR, yaitu:

1. *Values driven approach* (sifatnya demonstratif)
2. *Regulation driven* (bersifat *comply*, untuk memenuhi standar)
3. *Business case* atau *reputation driven* (bersifat proteksi atau untuk membangun reputasi perusahaan)
4. *Stakeholder* atau *trust driven* (membangun kepercayaan stakeholder)
5. *Competition peer driven* (untuk tampil beda dibandingkan kompetitor)

Berdasarkan beberapa alasan di atas, mayoritas alasan utama perusahaan melakukan dan membuat report terkait aktivitas CSR yang dilakukan

perusahaan yaitu untuk membangun kepercayaan *stakeholder* dan membangun citra perusahaan karena apabila perusahaan memiliki citra yang baik di pandangan masyarakat maka besar kemungkinan masyarakat memberikan timbal balik ke perusahaan yang dimana timbal balik tersebut berupa loyalitas untuk membeli atau menggunakan produk perusahaan tersebut.

2.7 *Leverage*

Menurut Rusdiyanto & Narsa (2020), *leverage* adalah ukuran jumlah aset yang dibiayai oleh hutang, dimana hutang tersebut berasal dari kreditur bukan dari pemegang saham atau investor sedangkan menurut Sartono dalam Tambunan & Prabawani (2018), *leverage* adalah bagaimana perusahaan menanganai hutang sebagai sumber pendanaannya dan bertanggung jawab atas hutang tersebut. Berdasarkan dari dua definisi di atas diambil kesimpulan bahwa *leverage* merupakan ukuran jumlah aset yang diperoleh dari hutang dan bagaimana perusahaan mempertanggungjawabkan atas hutang yang dipinjamnya.

Dana yang dipinjam oleh perusahaan bisa berasal dari modal ataupun hutang. Namun mayoritas perusahaan biasanya menghimpun dana dari hutang karena tidak semua perusahaan bisa menarik investor untuk menanamkan modal ke dalam perusahaannya sehingga agar perusahaan bisa bertahan ataupun berkembang, perusahaan memilih opsi untuk berhutang. Setiap dana yang berasal dari hutang pasti memiliki beban bunga yang harus dibayar kembali. Semakin besarnya hutang yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar pula beban bunga yang akan ditanggung perusahaan. Beban bunga yang ditanggung perusahaan ini akan menurunkan laba yang diperoleh perusahaan sehingga semakin kecil laba perusahaan maka semakin kecil ROA yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga pada penelitian ini, *leverage* diukur dengan *debt to assets ratio* (DAR)

Menurut Weygandt et al. (2015:800-801) *Debt to asset ratio* adalah rasio *solvency* yang menunjukkan tingkat *leverage* perusahaan. DAR memiliki manfaat mengukur kemampuan perusahaan untuk menahan kerugian tanpa merugikan kepentingan kreditur. Semakin tinggi persentase total kewajiban

terhadap aset, maka semakin besar risiko perusahaan tidak dapat memenuhi kewajibannya.

Menurut Arifin, berikut ini formula yang dapat digunakan untuk menghitung DAR pada penelitian ini (Asyiroh & Hartono, 2019).

$$DAR = \frac{Total Liabilities}{Total Assets} \times 100\%$$

Keterangan:

Total Liabilities : Total hutang yang dimiliki oleh perusahaan

Total Assets : Total Asset yang dimiliki oleh perusahaan

2.8 Ukuran Perusahaan

Menurut Manurung et al. (2019), ukuran perusahaan adalah indikator yang menunjukkan kondisi / karakteristik dari suatu organisasi yang dapat diukur dari total jumlah karyawan perusahaan, total aset yang dimiliki oleh perusahaan, total penjualan yang dicapai oleh perusahaan dalam jangka waktu tertentu atau jumlah saham yang beredar. Menurut Guna & Herawaty (2010), ukuran perusahaan adalah besaran aset yang dimiliki oleh perusahaan yang ditinjau dari total aset, penjualan perusahaan dan nilai pasar perusahaan. Berdasarkan pengertian di atas maka disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan besaran aset yang dimiliki oleh perusahaan dimana dapat menunjukkan kondisi atau karakteristik dari suatu perusahaan.

Dalam Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Nomor 53/POJK.04/2017 pasal 1 terdapat kriteria untuk masing-masing kelompok perusahaan yang berbentuk badan hukum sebagai berikut ini.

1. Skala Kecil

Perusahaan yang memiliki total aset tidak lebih dari Rp50.000.000.000,00 terbilang lima puluh miliar rupiah berdasarkan laporan keuangan perusahaan yang digunakan dalam dokumen pernyataan pendaftaran.

2. Skala Menengah

Perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp50.000.000.000,00 terbilang lima puluh miliar rupiah sampai dengan Rp250.000.000.000,00

terbilang dua ratus lima puluh miliar rupiah berdasarkan laporan keuangan perusahaan yang digunakan dalam dokumen pernyataan pendaftaran.

3. Skala Besar

Perusahaan yang memiliki total aset lebih dari Rp250.000.000.000,00 terbilang dua ratus lima puluh miliar rupiah berdasarkan laporan keuangan perusahaan yang digunakan dalam dokumen pernyataan pendaftaran.

Menurut kriteria diatas semakin besar ukuran atau skala perusahaan, maka semakin besar pula aset yang dimiliki oleh perusahaan. Total aset yang dimiliki perusahaan bisa menjadi salah satu faktor yang dapat menjelaskan kemampuan sebuah perusahaan dalam memperoleh laba. Semakin besar aset perusahaan maka semakin besar pula kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, sehingga ROA yang juga akan besar. Untuk mengukur variabel ukuran perusahaan, berikut ini formula yang dapat digunakan (Swastika dalam Arifin & Destriana, 2016)

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Logaritma natural (Ln) total aset}$$

2.9 Manajemen Laba

Menurut Schipper (1998) dalam Firdiansjah et al. (2020), manajemen laba adalah intervensi yang dilakukan manajer perusahaan untuk memanipulasi proses pelaporan keuangan perusahaan yang bertujuan untuk mendapatkan beberapa keuntungan pribadi. Sedangkan, Fischer dan Rosenzweig dalam Mahrani & Soewarno (2018), manajemen laba adalah perilaku manajer perusahaan untuk meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan dari unit yang bertanggung jawab yang tidak ada hubungannya dengan kenaikan atau penurunan profitabilitas jangka panjang. Berdasarkan pengertian diatas, dapat menyimpulkan bahwa manajemen laba perilaku manajer untuk mengolah data laporan keuangan perusahaan sesuai dengan tujuan yang dicapai yang dimana tindakan tersebut tidak mempengaruhi kenaikan atau penurunan profitabilitas secara jangka panjang. Hal ini menjelaskan bahwa secara teori

manajemen laba bukanlah tindakan kecurangan melainkan sebuah strategi perusahaan

Menurut Sulistyanto (2018:10) terdapat dua perspektif yang menjelaskan alasan seorang manajer melakukan manajemen laba, yaitu:

1. Perspektif Informasi

Perspektif informasi adalah pandangan yang menyatakan bahwa manajemen laba merupakan kebijakan manajerial untuk mengungkapkan harapan pribadi manajer tentang arus kas dimasa depan

2. Perspektif Oportunis

Pandangan yang menjelaskan bahwa manajemen laba adalah perilaku oportunis manajer untuk menipu investor dan memaksimalkan kesejahteraan mereka karena mereka memiliki lebih banyak informasi daripada pihak yang lain. Karena manajer menguasai lebih besar atas informasi perusahaan daripada yang lainnya, sehingga terjadi kesenjangan informasi. Kesenjangan informasi (*information asymmetry*) inilah yang digunakan manajer untuk melakukan manajemen laba. Semakin besar asimetri informasi, semakin besar dorongan manajer untuk berperilaku oportunis.

Perilaku oportunis ini akan menyebabkan kekayaan perusahaan terdistribusi secara tidak wajar, karena manajer akan menyembunyikan, menunda pengungkapan dan mengubah informasi dalam menaik atau menurunkan laba perusahaan. Ketika manajer perusahaan melakukan hal tersebut maka dapat memberikan dampak yang signifikan bagi beberapa pihak.

1. Investor tidak memperoleh *return* sesuai dengan besarnya modal yang sudah ditanamkan
2. Calon Investor bisa keliru dalam memilih perusahaan atas investasi yang dilakukannya.
3. Kreditur keliru dalam menilai kemampuan perusahaan sehingga dana yang dipinjamkan ke perusahaan beresiko tidak kembali

4. *Supplier* keliru menilai kelayakan perusahaan sehingga bisa beresiko kehilangan dari barang-barang yang sudah dikirim atau diserahkan ke perusahaan
5. Regulator bisa keliru dalam menilai kesehatan perusahaan sehingga membuat kebijakan yang tidak tepat untuk perusahaan bersangkutan.
6. Pemerintah bisa tidak mendapatkan pajak sebagaimana mestinya.

Menurut Sulistyanto (2018:25), terdapat berbagai motivasi yang mendasari manajer melakukan manajemen laba, yaitu:

1. Motivasi bonus.
Dalam kontrak atau perjanjian kerja, setiap pegawai akan mendapatkan bonus dari pemegang saham sebagai *feedback* atas kinerja yang sudah dilakukannya dalam menjalankan perusahaan. Bonus ini bisa diberikan pada waktu yang *relative* tetap (hari raya) atau ketika manajer dapat mencapai laba yang sudah ditetapkan atau melebihi dari yang sudah ditetapkan oleh pemegang saham. Pemberian bonus berdasarkan pencapaian laba usaha dapat membuat manajer perusahaan bersikap oportunis untuk melakukan manajemen laba.
2. Motivasi kontrak
Saat mengoperasikan perusahaan, manajer seringkali menandatangani kontrak bisnis dengan pihak ketiga seperti kreditur untuk mengembangkan perusahaan atau melakukan ekspansi. Untuk bisa mendapatkan pinjaman dari kreditor, maka manajer harus bisa menunjukkan performa kinerja perusahaan baik sehingga perusahaan bisa mendapatkan pinjaman dalam jumlah besar.
3. Motivasi politik
Pada aspek politis ini, manajer cenderung menurunkan laba dalam penyajian laporan keuangan karena hal ini dapat mengurangi visibilitas perusahaan sehingga biaya politis perusahaan juga akan semakin rendah, Semakin rendah biaya politis perusahaan maka manajemen semakin diuntungkan
4. Motivasi pajak.

Manajer cenderung memilih metode akuntansi yang membuat laba dan pajak menjadi relatif rendah karena dengan cara ini perusahaan dapat membayar pajak lebih kecil dari yang seharusnya dibayarkan.

5. Motivasi pergantian CEO

Motivasi ini terjadi biasanya ketika CEO mengundurkan diri atau mendekati periode pergantian CEO. Biasanya dalam menjelang berakhirnya masa jabatannya, CEO melakukan manajemen laba dengan cara menaikkan atau memaksimalkan laba perusahaan agar diakhir masa jabatannya kinerja perusahaan terlihat baik dan juga bonus yang didapatkan CEO juga besar.

6. Motivasi penjualan saham

Motivasi ini banyak digunakan perusahaan oleh perusahaan ketika perusahaan menawarkan sahamnya kepada publik atau masyarakat luas. Hal ini merupakan cara bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan modal bagi perusahaan. Dalam praktiknya, manajer akan menyajikan laporan keuangan yang menunjukkan kinerja perusahaan terlihat baik seperti menyajikan laba perusahaan yang tinggi sehingga dapat menarik minat calon investor.

Berdasarkan beberapa motivasi di atas, dapat disimpulkan bahwa ketika target laba yang telah ditentukan tidak tercapai, manajer akan memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba. Menurut Dechow et al (1995) dalam Ujiyantho & Pramuka (2007), berikut ini adalah cara menggunakan *Modifies Jones Model* yang diproksikan dengan *discretionary accruals* untuk menghitung manajemen laba.

Step 1: Menghitung nilai total akrual

$$TAC_{it} = Nit - CFO_{it}$$

Step 2: menghitung nilai total akrual yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_t}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{it-1}} \right) + e$$

Step 3: menghitung nilai *non discretionary accruals* (NDA) dengan menggunakan koefisien regresi di atas

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_t}{A_{it-1}} - \frac{\Delta REC_t}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{it-1}} \right)$$

Step 4 : menghitung nilai discretionary accrual

$$DA_{it} = \left(\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

Keterangan

- DA_{it} : *Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode t
 NDA_{it} : *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode t
 TAC_{it} : Total akrual perusahaan i pada periode t
 N_{it} : Laba bersih perusahaan I pada periode t
 CFO_{it} : Aliran kas dari aktivitas operasi perusahaan i pada periode t
 A_{it-1} : Total aktiva perusahaan i pada periode t-1
 ΔREV_t : Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode t
 PPE_t : Aktiva tetap perusahaan pada periode t
 ΔREC_t : Perubahan piutang perusahaan i pada periode t
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$: koefisien regresi
e : Error.

2.10 Pengembangan Hipotesa

2.10.1 Pengaruh *Good Corporate Governance* terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

Pada zaman saat ini, terlihat bahwa setiap perusahaan terbuka sudah menerapkan GCG di dalam perusahaan dikarenakan semakin banyak orang yang menyadari manfaat dan pentingnya GCG bagi perusahaan khususnya kinerja keuangan perusahaan. Pemikiran dan teori dari GCG sendiri juga berkembang hingga saat ini. Berikut ini salah satu definisi GCG yaitu menurut Sulistyanto (2018:134) menyatakan Good Corporate Governance adalah suatu sistem yang mengatur juga mengendalikan nilai tambah untuk seluruh pemangku kepentingan perusahaan.

Dalam sistem tersebut, terdapat unsur yang sangat penting agar GCG bisa berjalan dengan baik, yaitu pengawasan. Fungsi pengawasan tersebut dilakukan oleh dewan komisaris, dan setiap perusahaan wajib memiliki minimal 2 anggota dewan komisaris yang salah satunya adalah komisaris independen. Jumlah anggota dewan komisaris ditentukan oleh masing-masing perusahaan, dan tidak ada batasan atas jumlah anggota dewan komisaris yang harus dimiliki suatu perusahaan. Namun, semakin banyak jumlah anggota Dewan Komisaris perusahaan, semakin ketat pula pengawasan yang dilakukan terhadap direksi dan manajemen. Oleh karena itu direksi dan manajemen akan mengutamakan kepentingan pemegang saham dalam mengelola perusahaan untuk menghasilkan laba yang tinggi dengan meningkatkan efisiensi penggunaan sumber daya perusahaan seperti aset perusahaan, sehingga ROA perusahaan pun semakin tinggi juga.

Berdasarkan penelitian Wardhani dalam Addiyah & Chariri (2014) menyatakan dewan komisaris yang sebagai proksi GCG memiliki pengaruh pada kinerja keuangan dikarenakan semakin besar jumlah dewan komisaris perusahaan semakin baik fungsi pengawasan kebijakan direksi dapat dijalankan. Semakin besar dewan komisaris, semakin kecil kemungkinan perusahaan akan menghadapi tekanan keuangan. Hasil penelitian yang didapatkan juga didukung oleh penelitian Mahrani & Soewarno (2018) dan Rahmawati et al (2017) yang menjelaskan GCG memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan. Namun, penelitian Addiyah & Chariri (2014) menjelaskan bahwa dewan komisaris sebagai proksi GCG tidak mempengaruhi kinerja keuangan karena memandang bahwa jumlah komisaris yang besar di suatu perusahaan membuat monitor dan pengawasan terhadap manajemen perusahaan kurang efektif karena komunikasi dan koordinasi menjadi sulit antar anggota dewan komisaris dalam pengambilan keputusan yang berkaitan dengan fungsi pengawasan sehingga hal ini berpengaruh pada penurunan kinerja keuangan perusahaan atau hal tersebut bila dilihat dari sudut pandang negatif terhadap kinerja

keuangan. Namun, alasan dewan komisaris tidak mempengaruhi kinerja keuangan juga karena memandang bahwa jumlah dewan komisaris pada suatu perusahaan semakin sedikit maka biaya yang dikeluarkan perusahaan semakin kecil sehingga beban yang dikeluarkan oleh perusahaan semakin kecil yang mengakibatkan peningkatan kinerja yang mana hal tersebut bila dilihat dari sudut pandang positif terhadap kinerja keuangan. Pernyataan tersebut didukung penelitian dari Yermack (1996) dan Jensen (1993) dalam Putra (2015) yang mengemukakan semakin besar jumlah dewan komisaris maka akan semakin sulit, serta mahal dan memakan waktu lama baik dalam hal komunikasi maupun koordinasi dalam membuat keputusan. Selain itu Purnamasari (2019) juga menyatakan bahwa semakin besar ukuran atau jumlah dewan komisaris maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk kegiatan monitoring akan bertambah. Oleh karena itu berikut ini hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

Ha₁: *Good Corporate Governance* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

2.10.2 Pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

Saat ini, perusahaan-perusahaan di Indonesia telah banyak melakukan kegiatan CSR atau tanggung jawab sosial. Kegiatan CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan tidak semuanya sama, karena tidak ada peraturan khusus yang mewajibkan perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR tertentu, sehingga kegiatan atau program CSR yang dilakukan oleh setiap perusahaan di Indonesia berbeda-beda. Berikut ini terdapat beberapa contoh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia seperti melakukan kampanye sosial (membangun *awareness* masyarakat dalam sebuah gerakan sosial), *corporate social marketing* (membangun perubahan perilaku yang menguntungkan individu atau masyarakat), *corporate philanthropy* (kontribusi langsung perusahaan kepada sebuah gerakan kebaikan), *social responsible business practice* (praktik bisnis dan investasi secara sukarela untuk mendukung gerakan sosial untuk

meningkatkan kehidupan komunitas dan atau melindungi lingkungan), serta *employee volunteering* (mendorong karyawan untuk secara sukarela berpartisipasi dalam organisasi dan gerakan komunitas lokal (wartakota.tribunnews.com, 2018).

Saat ini, setiap program CSR yang dilakukan oleh masing-masing perusahaan merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat dan untuk menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Semakin baik citra dan hubungan yang dimiliki oleh perusahaan dengan masyarakat maka timbal balik yang diberikan oleh masyarakat juga semakin besar. Timbal balik atau dukungan tersebut tercermin dalam pelanggan yang loyal kepada perusahaan sehingga dapat meningkatkan kinerja keuangan (Mahrani & Soewarno, 2018)

Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahrani & Soewarno (2018) yang menjelaskan bahwa CSR memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan, karena peningkatan citra perusahaan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya. Khafa & Laksito (2015) dan Purnaningsih (2018) juga mendukung temuan ini dengan membuktikan CSR memiliki pengaruh secara signifikan terhadap kinerja keuangan. Sementara itu, berdasarkan penelitian Yaparto et al. (2013) menunjukkan bahwa CSR tidak memiliki pengaruh yang secara signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan. Oleh karena itu, berikut adalah hipotesis yang diajukan untuk penelitian ini.
 H_{a2} : *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

2.10.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

Dalam menjalankan roda bisnis perusahaan, setiap perusahaan pasti membutuhkan pendanaan. Salah satu jalan yang bisa ditempuh dalam mendapatkan dana yaitu dengan meminjam uang (hutang) kepada kreditor.

Hutang yang dipinjam oleh perusahaan ini merupakan *leverage* bagi perusahaan. *Leverage* adalah ukuran jumlah aset yang didapat dari hutang dan bagaimana perusahaan dapat mempertanggungjawabkan atas hutang yang dipinjamnya. Semakin besar hutang atau *leverage* maka semakin besar pula beban yang harus ditanggung perusahaan, namun jika manajemen dapat mengelola dan memaksimalkan penggunaan hutang untuk menghasilkan laba maka laba perusahaan akan semakin besar. Semakin besar laba perusahaan maka semakin besar pula ROA yang dihasilkan oleh perusahaan. Hal ini didukung oleh penelitian Khafa & Laksito (2015) dan Tambunan & Prabawani (2018) yang menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan sedangkan Putri & Dermawan (2020) menunjukkan *leverage* memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Namun penelitian Erawati & Wahyuni (2019) menjelaskan *leverage* tidak mempengaruhi kinerja keuangan, sehingga penelitian yang dilakukan mengajukan hipotesis sebagai berikut.

H_{a3}: *Leverage* berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

2.10.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

Ukuran perusahaan diukur dari aset yang dimiliki suatu perusahaan. Ukuran perusahaan dibagi menjadi tiga yaitu perusahaan besar, menengah dan kecil. Dari ketiga jenis ukuran perusahaan, perusahaan besar umumnya lebih banyak menarik perhatian orang karena umumnya perusahaan besar adalah perusahaan yang sukses yang bisa menghasilkan laba yang besar dibandingkan perusahaan menengah dan perusahaan kecil karena biasanya perusahaan besar memiliki *market share* yang besar sehingga bisa melakukan *mass production* yang membuat perusahaan dapat mengurangi cost untuk produksi. Semakin besar laba yang dihasilkan perusahaan maka semakin besar pula ROA yang dihasilkan perusahaan. Penelitian Shibutse et al. (2019) mengatakan ukuran perusahaan mempengaruhi kinerja keuangan

secara signifikan sedangkan Putri (2018) dan Azzahra & Wibowo (2019) membuktikan ukuran perusahaan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Kemudian penelitian Erawati & Wahyuni (2019) membuktikan ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap keuangan, sehingga berikut ini hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

H_{a4}: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

2.10.5 Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Keuangan yang diproksikan dengan ROA

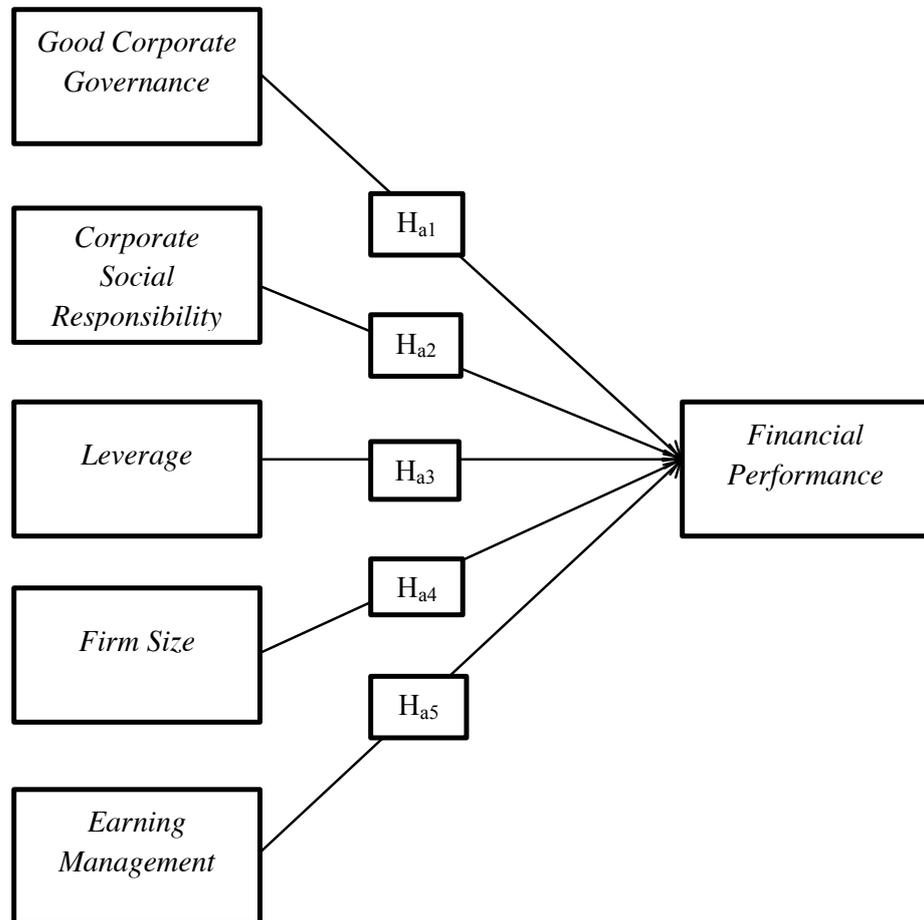
Dalam praktiknya manajemen laba adalah untuk menaikkan atau menurunkan profit perusahaan berdasarkan tujuan yang ingin dicapai oleh manajemen perusahaan. Salah satu hal yang menyebabkan pihak manajemen melakukan manajemen laba dikarenakan tingkat keuntungan atau laba perusahaan sering digunakan sebagai tolak ukur bagi para pengguna keuangan untuk menilai keberhasilan suatu perusahaan. Tetapi ketika pihak manajemen perusahaan melakukan manajemen laba maka dapat mengakibatkan penurunan kualitas informasi tentang laba dalam laporan keuangan. Rendahnya kualitas informasi yang terkandung dalam laporan keuangan dapat berdampak buruk kepada kinerja keuangan (Mahrani & Soewarno, 2018). Hal ini sejalan dengan penjelasan oleh Sulistyanto dalam bukunya yang berjudul “Manajemen Laba: Teori dan Model Empiris” tahun 2018 yang menyatakan ketika manajer perusahaan melakukan manajemen laba artinya manajer perusahaan melakukan kecurangan-kecurangan dalam laporan keuangan. Kecurangan-kecurangan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan tersebut tidak akan bertahan lama karena kecurangan yang dibuat akan ditutup oleh kecurangan lainnya sehingga seperti peribahasa yaitu seperti gali lubang dan tutup lubang, manajemen laba tidak dapat dilakukan dalam jangka waktu panjang, karena perusahaan akan kehilangan kemampuan untuk melanjutkan upaya tersebut pada satu waktu. Akibatnya perusahaan akan menghadapi kesulitan keuangan dan kebangkrutan. Hal ini menunjukkan bahwa ketika perusahaan

berencana untuk melakukan manajemen laba jangka panjang, kemungkinan kinerja keuangan perusahaan akan memburuk dan dapat berujung kebangkrutan.

Penelitian Oktariyani et al. (2015), mengemukakan bahwa manajemen laba memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan perusahaan. Sementara itu, penelitian Mahrani & Soewarno (2018) mengemukakan manajemen laba berpengaruh secara negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan. Selain itu, berdasarkan hasil penelitian Melania & Dewi (2019) menunjukkan bahwa manajemen laba memiliki pengaruh yang positif namun tidak signifikan terhadap kinerja keuangan. Namun, penelitian Santoso et al. (2017) mengemukakan bahwa manajemen laba tidak mempengaruhi kinerja keuangan. Oleh karena itu, berikut adalah hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini.

H_{a5}: Manajemen Laba berpengaruh terhadap Kinerja Keuangan

2.11 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian

2.12 Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Hasil Penelitian	Manfaat Penelitian
1	<i>The Influence of Corporate Social Responsibility and Corporate Governance on Banking Financial Performance</i>	Maryam Mangantar (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Corporate Social Responsibility</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan 2. <i>Corporate Governance</i> tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan 	Untuk mendukung hipotesis 1 (H_{a1}) dan hipotesis 2 (H_{a2}).
2	<i>Pengaruh Corporate Governance, Ukuran perusahaan, dan Leverage terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan di Bursa Efek Indonesia (Studi Kasus Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2013-2017)</i>	Teguh Erawati dan Fitri Wahyuni (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. GCG yang diproksikan dengan Kepemilikan Institusional tidak memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan 2. GCG yang diproksikan dengan Kepemilikan manajerial tidak memiliki pengaruh positif terhadap kinerja keuangan 3. Ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh terhadap kinerja keuangan 4. <i>Leverage</i> tidak memiliki pengaruh 	Untuk mendukung penelitian 3 (H_{a3}), dan penelitian 4 (H_{a4}).

			terhadap kinerja keuangan	
3	Pengaruh Mekanisme <i>Corporate Governance</i> terhadap praktik Manajemen Laba dan Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan	Okariyani et al. (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. GCG yang diproksikan dengan kepemilikan manajerial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba 2. GCG yang diproksikan dengan kepemilikan institusional memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba 3. GCG yang diproksikan dengan dewan komisaris memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.,. 4. Manajemen laba memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan 	Untuk mendukung penelitian 5 (H _{a5})
4	<i>Effect of leverage and firm size on financial performance of deposit taking savings and credit cooperatives in Kenya</i>	Shibutse et al (2019)	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap kinerja keuangan 2. Ukuran Perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap kinerja keuangan 	Untuk mendukung penelitian 2 (H _{a2}), dan penelitian 3 (H _{a3}).

5	Pengaruh CSR, Ukuran Perusahaan, <i>Leverage</i> , Keputusan Investasi pada Kinerja Keuangan Perusahaan dan Nilai Perusahaan	Lais Khafa dan Herry Laksono (2015)	<ol style="list-style-type: none"> 1. CSR memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA 2. Ukuran Perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA 3. <i>Leverage</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA 4. Keputusan Investasi memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA 5. Kinerja Keuangan (ROA) memiliki pengaruh signifikan terhadap Nilai Perusahaan 	Untuk mendukung penelitian 2 (H_{a2}), penelitian 3 (H_{a3}), dan penelitian 4 (H_{a4}).
6	<i>The Effect of Good Corporate Governance Mechanism and Corporate Social Responsibility on Financial Performance with Earnings Management as Mediating Variable</i>	Mayang Mahrani dan Noorlatie Soewarno (2018)	<ol style="list-style-type: none"> 1. GCG memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan 2. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja keuangan 3. GCG memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba 4. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba 	Untuk mendukung penelitian 1 (H_{a1}), penelitian 2 (H_{a2}), dan penelitian 5 (H_{a5}).

			<p>5. Manajemen laba memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap kinerja keuangan</p> <p>6. GCG memiliki pengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba dan manajemen laba berpengaruh secara negative terhadap kinerja keuangan</p> <p>7. CSR memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba dan manajemen laba berpengaruh secara negative dan signifikan terhadap kinerja keuangan</p>	
7	<p>Pengaruh <i>Corporate Social Responsibility</i> terhadap Kinerja Keuangan pada Sektor Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2010-2011</p>	Yaparto et al. (2013)	<p>1. CSR tidak b memiliki pengaruh signifikan terhadap ROA</p>	<p>Untuk mendukung penelitian 2 (H_{a2})</p>