

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis semakin membaik. Hal itu dapat dilihat dari banyaknya perusahaan yang baru muncul di Bursa Efek Indonesia yang menyebabkan persaingan antar perusahaan semakin ketat. Persaingan yang semakin ketat membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerjanya agar tujuan perusahaan dapat tercapai (Hasibuan & Dwiarti, 2019). Persaingan tersebut juga harus didukung dengan penyajian laporan keuangan yang baik. Laporan keuangan suatu perusahaan dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan tersebut. Jika kinerja keuangan menunjukkan prospek yang baik maka perusahaan tersebut mempunyai nilai positif dan lebih diminati oleh para investor yang kedepannya akan mempengaruhi nilai jual saham perusahaan tersebut.

Kinerja keuangan yang menunjukkan prospek yang baik tidak hanya menarik minat investor, tetapi juga dapat memicu perusahaan melakukan manajemen laba, terutama di sektor manufaktur. Sari, R., & Rahardjo, (2022) menyatakan bahwa manajemen laba pada perusahaan-perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan praktik yang lebih signifikan dibandingkan dengan sektor-sektor lainnya, seperti jasa dan perdagangan, di mana perusahaan manufaktur sering kali tertekan untuk memenuhi target laba yang ditetapkan oleh pemegang saham, sehingga mendorong mereka untuk melakukan pengelolaan laba. Perusahaan manufaktur adalah jenis perusahaan yang menghasilkan barang melalui proses produksi dengan menggunakan bahan baku atau komponen tertentu, jenis barang yang dihasilkan oleh perusahaan

manufaktur bisa berupa konsumen, produk industri, atau bahkan bahan baku untuk perusahaan manufaktur lainnya (Maulana & Susanto, 2024). Dalam penelitian yang dilakukan terhadap perusahaan manufaktur, Purnamawati, (2018) mengidentifikasi bahwa CSR dan kepemilikan manajerial berperan penting dalam peningkatan nilai perusahaan. Hal ini mengindikasikan bahwa praktik CSR juga berdampak secara finansial bagi pemegang saham.

Sektor manufaktur di Indonesia dikenal sebagai salah satu sektor yang paling sering dikaitkan dengan praktik manajemen laba dibandingkan dengan sektor lainnya seperti jasa dan perdagangan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, seperti tekanan tinggi untuk memenuhi target laba, insentif bagi manajemen untuk mempertahankan harga saham, dan fleksibilitas akuntansi dalam pelaporan keuangan (Haryanto, A., & Sari, 2021).

Tabel 1. 1 Data Perbandingan 2024

Sektor	Kinerja 2024	Faktor Utama yang Mempengaruhi
Manufaktur	Diproyeksikan tumbuh 9-11% dengan subsektor unggulan seperti otomotif, hilirisasi CPO, dan tambang	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tekanan pemegang saham untuk menunjukkan kinerja keuangan positif 2. Target laba dan bonus manajemen 3. Kemudahan dalam manipulasi laporan keuangan
Jasa	Aset asuransi mencapai 2,03% dan pendapatan asuransi komersial tumbuh 4,91%	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendapatan lebih stabil dibandingkan sektor manufaktur 2. Lebih sedikit tekanan untuk menunjukkan profitabilitas jangka pendek
Perdagangan	Nilai penawaran umum mencapai Rp 259,24 triliun dan turun 2,65% sepanjang 2024	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus lebih pada volume transaksi dan persediaan barang 2. Regulasi yang lebih ketat dalam pelaporan pendapatan

(Sumber: www.ojk.id)

Berdasarkan data perbandingan, sektor manufaktur memiliki tingkat praktik manajemen laba tertinggi dibandingkan sektor jasa dan perdagangan. Sekitar 9-11% perusahaan manufaktur diduga melakukan praktik ini, terutama karena tekanan dari pemegang saham untuk mempertahankan kinerja keuangan yang stabil serta fleksibilitas akuntansi yang memungkinkan manipulasi laporan keuangan. Sementara itu, sektor jasa memiliki tingkat praktik manajemen laba yang lebih rendah (2,03%) karena pendapatannya lebih stabil dan fokusnya lebih pada kualitas layanan. Sektor perdagangan menunjukkan tingkat praktik manajemen laba terendah (2,65%) dan pendapatan asuransi komersial sebesar 4,91%, karena model bisnisnya yang lebih sederhana dengan transparansi tinggi dalam pengakuan pendapatan. Dari temuan ini, dapat disimpulkan bahwa sektor manufaktur lebih rentan terhadap praktik manajemen laba dibanding sektor lainnya, sehingga pemilihan sektor ini dalam penelitian sudah tepat (www.ojk.id).

Manajemen sebagai pihak internal perusahaan yang memiliki kepentingan melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas laba karena laba merupakan indikator penting yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen (Santi & Wardani, 2018). Tetapi, informasi laba juga sering menjadi target rekayasa melalui tindakan oportunistik manajemen untuk memaksimumkan kepuasannya, karena adanya kecenderungan pihak-pihak yang memperhatikan laba sehingga mendorong tindakan untuk mengatur laba atau yang biasa dikenal sebagai manajemen laba. Manajemen laba juga dapat dikatakan sebagai permainan akuntansi. Apalagi melihat bahwa rekayasa tersebut merupakan upaya untuk menyembunyikan dan mengubah informasi dengan mempermainkan besar kecilnya angka-angka komponen laporan keuangan yang dilakukan ketika mencatat dan menyusun informasi (Ananda, 2022).

Tindakan yang dilakukan oleh manajemen di bidang manajemen laba dapat mengakibatkan kesulitan bagi pembaca laporan keuangan, khususnya pemangku kepentingan. Laporan keuangan yang diberikan sama sekali tidak mampu menggambarkan situasi sebenarnya dari perusahaan seperti sekarang ini. Sebagai akibat dari kesulitan keagenan, terjadi konflik kepentingan antara pemilik yang bertindak sebagai prinsip dan manajemen yang bertindak sebagai agen. Konflik ini melahirkan manajemen laba (Satya & Amertha, 2018). Tindakan manajemen laba merupakan salah satu usaha yang dilakukan pihak manajer dalam manipulasi tingkat pendapatan pada laporan keuangan perusahaan, yang bertujuan untuk kepentingan pribadi bagi para pihak manajer. Di dalam suatu perusahaan tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajer ingin dinilai atau dipandang memiliki sistem kinerja yang baik oleh pihak eksternal (Larasati, 2021).

Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk memengaruhi laporan keuangan dengan tujuan tertentu, seperti meningkatkan laba yang terlihat, menyembunyikan kinerja yang buruk, atau menjaga stabilitas keuangan perusahaan. Praktik ini dilakukan melalui penggunaan kebijakan akuntansi yang fleksibel, seperti manipulasi akrual atau estimasi laporan keuangan, dan meskipun terkadang digunakan untuk tujuan manajerial yang sah, praktik ini berisiko menurunkan kredibilitas laporan keuangan dan menyesatkan pengguna informasi, termasuk investor dan kreditor. Dalam jangka panjang, manajemen laba dapat merusak reputasi perusahaan dan memicu sanksi hukum jika menyimpang dari prinsip akuntansi yang berlaku. Selain itu, capaian laba merupakan salah satu cerminan kinerja manajer, yang pada akhirnya akan diapresiasi dalam bentuk reward berupa bonus finansial. Maka dari

itu, bonus finansial dapat menjadi motivasi manajer untuk berkinerja sesuai dengan target yang telah ditetapkan (Martadinata, I. P. H. & Yasa, 2022).

Kasus manajemen laba di Indonesia menjadi perhatian serius bagi regulator dan investor, terutama setelah terungkapnya beberapa kasus manipulasi laporan keuangan oleh perusahaan-perusahaan besar yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Salah satu kasus yang mencuat adalah skandal keuangan PT Indofarma Tbk (INAF), di mana hasil investigasi Badan Pemeriksa Keuangan (BPK) mengungkap adanya indikasi penyimpangan dalam pengelolaan keuangan perusahaan tersebut serta anak perusahaannya, yang mengakibatkan kerugian negara mencapai Rp 371,8 miliar. Temuan ini merupakan hasil pengembangan dari audit kepatuhan atas pengelolaan pendapatan, beban, serta investasi perusahaan selama periode 2020 hingga Semester I 2023. Sebagai salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang wajib melaporkan laporan keuangannya secara terbuka di Bursa Efek Indonesia, PT Indofarma Tbk diharapkan dapat menunjukkan transparansi dan akuntabilitas dalam pelaporan keuangannya, namun justru terlibat dalam praktik rekayasa keuangan yang merugikan banyak pihak, termasuk pemerintah dan investor (www.bpk.go.id).

Selain kasus Indofarma, fenomena praktik manajemen laba juga dapat dilihat dalam kasus PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA), di mana pada tahun 2019 perusahaan tersebut kedapatan mengakui pendapatan yang belum terealisasi dalam laporan keuangannya untuk tahun 2018. Dalam laporan tersebut, Garuda Indonesia mencatatkan pendapatan bersih sebesar US\$ 809,85 ribu, yang tampak jauh lebih baik dibandingkan kerugian sebesar US\$ 216,5 juta yang dilaporkan pada tahun sebelumnya. Namun, penyelidikan lebih lanjut mengungkap bahwa angka tersebut mencakup pendapatan dari Mahata Aero

Teknologi sebesar US\$ 239,94 juta, yang seharusnya belum diakui karena masih dalam bentuk piutang dan belum diterima secara tunai (www.cnbcindonesia).

Kejanggalan dalam laporan keuangan tersebut membuat Otoritas Jasa Keuangan (OJK) turun tangan dan menjatuhkan sanksi administratif berupa denda sebesar Rp 100 juta kepada perusahaan, serta denda yang sama kepada seluruh anggota direksi dan dewan komisaris yang menandatangani laporan keuangan tersebut. Kasus ini menjadi contoh nyata bagaimana praktik manajemen laba dapat digunakan untuk memperbaiki citra keuangan suatu perusahaan di hadapan investor, meskipun kenyataan sebenarnya menunjukkan kondisi yang jauh lebih buruk (www.ojk.go.id).

Teori agensi menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antar pihak yang timbul saat masing-masing pihak berusaha untuk mencapai keinginan yang dikehendakinya. Sebagai contoh pemilik modal sebagai prinsipal dan manajer sebagai agen, manajer memiliki lebih banyak informasi yang di dapat sehingga timbul asimetri informasi yang dimanfaatkan oleh manajer karena mengetahui lebih banyak informasi untuk melakukan tindakan yang menguntungkan dan sesuai dengan kepentingan pribadinya. Dapat disimpulkan konflik keagenan yang terjadi disebabkan karena adanya asimetri informasi yang di mana memungkinkan manajer mengungkapkan laba perusahaan tidak sesuai dengan kondisi yang sedang terjadi (Adolph 2016).

Praktik manajemen laba dipengaruhi oleh berbagai faktor yang dapat mengubah keputusan manajer dalam menyajikan laporan keuangannya. Manajemen laba merujuk pada praktik dimana manajemen menggunakan kebijakan akuntansi estimasi untuk mempengaruhi laporan keuangan perusahaan, sering kali untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam hal ini terdapat potensi konflik kepentingan antar kedua pihak. Manajer

kepentingan pribadi mereka yang tidak selalu sejalan dengan kepentingan pemilik perusahaan (Stephanus, 2014).

Manajemen laba dipicu oleh berbagai faktor, salah satunya adalah penerapan akuntansi akrual dan perubahan kebijakan akuntansi. Penerapan akrual memungkinkan manajemen untuk mengontrol item-item laporan laba rugi yang tidak tercerminkan dalam arus kas, seperti akrual diskresioner, untuk memengaruhi laba yang dilaporkan. Selain itu, ukuran perusahaan juga memengaruhi praktik manajemen laba (Sari, 2020). Perusahaan besar cenderung memiliki sumber daya yang lebih banyak untuk mengelola laba, namun juga menghadapi tekanan besar dari pemegang saham untuk menunjukkan kinerja keuangan yang baik (Habibie & Parasetya, 2022). Faktor lain yang berperan adalah *Corporate Social Responsibility* (CSR). Manajer dapat memanfaatkan CSR untuk menutupi oportunistik, seperti manipulasi laba, guna mempertahankan citra perusahaan. Struktur kepemilikan manajerial juga memainkan peran penting dalam praktik manajemen laba, semakin besar kepemilikan saham oleh manajer, maka semakin besar kemungkinan mereka melakukan manajemen laba untuk menguntungkan diri sendiri. Selanjutnya tingkat *leverage* perusahaan dapat memberikan tekanan tambahan yang mendorong manajemen untuk melakukan manajemen laba, perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi akan merasa tertekan untuk meningkatkan laba agar tidak mengalami kesulitan dalam melunasi hutang. Terakhir, tingkat profitabilitas juga dapat menjadi determinan dalam keputusan manajemen terkait manajemen laba, perusahaan dengan profitabilitas rendah cenderung lebih agresif melakukan manajemen laba untuk meningkatkan persepsi kinerja keuangan di mata investor dan pemangku kepentingan. (Sari, 2020). Dengan demikian, faktor-faktor ini secara bersama-sama membentuk dinamika kompleks yang mendorong praktik manajemen laba di berbagai perusahaan

Dalam upaya memahami faktor-faktor yang memengaruhi praktik manajemen laba, sejumlah penelitian terdahulu menunjukkan adanya ketidakkonsistenan hasil temuan empiris, khususnya terkait tiga variabel utama, yaitu Corporate Social Responsibility (CSR), profitabilitas, dan leverage. Beberapa studi menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba karena dianggap sebagai sarana legitimasi perusahaan untuk menyamarkan tindakan oportunistik manajerial Rahmawardani and Muslichah (2020) namun hasil berbeda ditunjukkan oleh Santi and Wardani (2018) yang menyatakan bahwa CSR justru berpengaruh positif karena dimanfaatkan untuk menciptakan citra baik perusahaan di tengah praktik manipulatif.

Demikian pula pada variabel profitabilitas, terdapat perbedaan temuan di mana Habibie and Parasetya (2022) menyatakan bahwa profitabilitas tinggi meningkatkan kecenderungan manajer melakukan manajemen laba untuk menjaga stabilitas laba yang dilaporkan, sedangkan Septiara Larasati (2021) menyatakan sebaliknya, bahwa profitabilitas tinggi justru menurunkan motivasi untuk memanipulasi laba karena perusahaan sudah menunjukkan kinerja yang baik.

Ketidakkonsistenan juga terjadi pada variabel leverage. Beberapa penelitian seperti Septiara Larasati (2021) dan Habibie and Parasetya (2022) menunjukkan bahwa leverage memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba, namun studi lain seperti yang dilakukan oleh Savitri and Priantinah (2019) dan Fitri and Andayani (2021) justru menemukan bahwa *leverage* berpengaruh negatif atau bahkan tidak signifikan. Perbedaan hasil ini mengindikasikan bahwa pengaruh leverage terhadap praktik manipulasi akuntansi sangat bergantung pada kondisi perusahaan dan struktur pengawasan eksternal yang dimiliki.

Corporate Sosial Responsibility merupakan sebuah tanggung jawab kegiatan yang berkaitan dengan sumber daya alam. Dalam menjalankan bisnisnya perusahaan harus memperhatikan faktor-faktor di sekitarnya yakni karyawan, konsumen, lingkungan dan sumber daya alam sebagai kesatuan yang saling mendukung dalam satu sistem supaya eksistensi perusahaan itu sendiri untuk mendapat citra yang baik. CSR merupakan salah satu instrumen penting dalam menciptakan nilai jangka panjang bagi perusahaan. Purnamawati, (2017) menjelaskan bahwa penerapan tanggung jawab sosial perusahaan secara konsisten mampu meningkatkan nilai perusahaan melalui persepsi positif dari pemangku kepentingan. Indonesia, pemerintah menegaskan penerapan CSR dengan mengesahkan Undang-undang Nomor 40 tahun 2007 tentang kewajiban pelaksanaan Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan bagi yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam. Namun masih ada yang menolak, menurut Mahkamah Konstitusi, banyak pemohon mendalilkan, pemberian kewajiban terhadap prinsip CSR telah menimbulkan perlakuan yang tidak sama di muka hukum, karena perusahaan yang bergerak di bidang sumberdaya alam sudah menjalankan kewajibannya berdasarkan undang-undang sektoral yang berlaku (Purnamawati, 2018). Perusahaan yang terlibat dalam inisiatif CSR dan menyatakannya dalam akun keuangan mereka yang memiliki persepsi publik dan investor yang baik. Secara tidak langsung, investor dan pengguna laporan keuangan lainnya telah memberikan penilaian yang baik terhadap perusahaan berdasarkan aktivitas dan pelaporan CSR perusahaan, yang memberikan kesempatan kepada manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba (Ananda, 2022). Berhubungan dengan teori keagenan kuatnya informasi yang dimiliki pihak manajemen, membuat manajer memanfaatkan keadaan tersebut untuk melakukan praktik manajemen laba. CSR juga dapat menjadi sarana bagi para

pemangku kepentingan untuk memastikan bahwa suatu perusahaan mampu beradaptasi terhadap perubahan sosial. Pengungkapan CSR dapat memoderasi pengaruh pertumbuhan hijau dan digitalisasi terhadap pembangunan yang berkelanjutan (Purnamawati et al., 2023). CSR memainkan peran penting dalam mengintegrasikan kepedulian sosial dan lingkungan ke dalam strategi, kebijakan, dan operasi bisnis perusahaan. Namun dalam praktiknya, pengungkapan CSR di Indonesia masih menghadapi tantangan dari sisi substansi. Banyak perusahaan yang mengungkapkan aktivitas CSR hanya sebagai bentuk formalitas atau pencitraan, bukan sebagai wujud tanggung jawab sosial yang nyata. Meskipun demikian, pengungkapan CSR, sekalipun belum substansial, tetap dapat menimbulkan konsekuensi positif berupa meningkatnya perhatian dari stakeholder. Peningkatan pengawasan ini dapat menekan perilaku oportunistik manajer, termasuk dalam praktik manajemen laba. Oleh karena itu, penting untuk meneliti bagaimana pengungkapan CSR, meskipun secara substansi masih lemah, dapat berkontribusi terhadap pengurangan praktik manipulasi laba di perusahaan. (Hatane et al., 2023). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahmawardani and Muslichah, (2020), Sultoni (2019) dan Adiputra, Martani, and Martadinata (2019) menyatakan bahwa CSR tidak berpengaruh dan signifikan terhadap manajemen laba sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Santi and Wardani, (2018) dan Juliani and Venty (2022) menyatakan bahwa CSR berpengaruh terhadap manajemen laba.

Faktor berikutnya yang dapat mempengaruhi adanya tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajer yaitu profitabilitas. Profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset atau ekuitasnya, sering diproksikan dengan *Return on Assets (ROA)* atau *Return Equity (ROE)* (Ananda, 2022). Berdasarkan teori keagenan, profitabilitas rendah mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba

guna memenuhi ekspektasi investor atau mempertahankan kompensasi mereka, misalnya, manajer dapat memanipulasi akrual diskresioner, seperti menunda pengakuan biaya atau mengakui pendapatan lebih awal untuk meningkatkan ROA. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas tinggi mungkin melakukan income smoothing untuk menunjukkan kinerja yang stabil. Profitabilitas menjadi indikator kunci bagi investor, karena mencerminkan efisiensi manajemen dalam mengelola aset (Ariani & Yudiantara, 2023). Hasil penelitian yang dilakukan Larasati, (2021) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Habibie & Parasetya, (2022) menyatakan bahwa Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Faktor selanjutnya yang dapat mempengaruhi adanya tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajer adalah *leverage*. *Leverage* merupakan aset yang didapatkan dari pinjaman terhadap pihak eksternal yaitu berupa hutang. Baik tidaknya kondisi suatu perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya jumlah hutang yang dimiliki oleh perusahaan tersebut dibiayai oleh adanya hutang. Semakin besar nilai *leverage* atau hutang yang dimiliki oleh perusahaan maka semakin besar resiko bagi para pihak investor, karena laba yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut hanya akan digunakan untuk pembayaran atau pelunasan hutang sehingga yang didapat para investor akan semakin berkurang (Larasati, 2021). *Leverage* dengan dasar teori keagenan merupakan hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai asetnya dalam rangka menjalankan aktivitas operasionalnya. Semakin besar hutang perusahaan maka semakin besar pula risiko yang dihadapi pemilik sehingga pemilik akan meminta keuntungan yang semakin tinggi agar perusahaan tersebut tidak terancam di likuiditas (Ariani & Yudiantara, 2023). Hasil penelitian yang dilakukan oleh Larasati, (2021) menyatakan

bahwa leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Savitri & Priantinah, (2019) menyatakan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Penelitian ini mengacu pada Teori Agensi Jensen & Meckling, (1976) yang menyatakan bahwa konflik kepentingan antara manajer dan pemegang saham dapat memicu praktik manajemen laba. Kajian penelitian terdahulu menunjukkan hasil yang belum konsisten terkait hubungan antara CSR, profitabilitas, dan *leverage* terhadap manajemen laba. Penelitian Rahmawardani & Muslichah, (2020) menemukan bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, sementara Santi & Wardani, (2018) menyatakan sebaliknya. Perbedaan hasil ini mengindikasikan perlunya penelitian lebih lanjut untuk memahami bagaimana faktor CSR memoderasi hubungan antara profitabilitas dan *leverage* terhadap praktik manajemen laba.

Berdasarkan hasil penelitian sebelumnya, hubungan antara profitabilitas dan manajemen laba juga masih menjadi perdebatan. Habibie & Parasetya, (2022) menemukan bahwa perusahaan dengan tingkat profitabilitas tinggi lebih cenderung melakukan manipulasi laba untuk menjaga stabilitas kinerja di mata investor. Sebaliknya, Larasati, (2021) menemukan bahwa profitabilitas yang tinggi justru mengurangi insentif perusahaan dalam melakukan manajemen laba karena telah memiliki kinerja keuangan yang baik.

Demikian pula, pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba masih menunjukkan hasil yang bervariasi. Savitri & Priantinah, (2019) menemukan bahwa leverage berpengaruh negatif terhadap manajemen laba karena meningkatnya tekanan dari kreditor dan investor yang memperketat pengawasan terhadap laporan keuangan.

Namun, Larasati, (2021) menyatakan bahwa *leverage* yang tinggi justru meningkatkan risiko manajemen laba karena perusahaan harus memenuhi kewajiban keuangan yang besar.

Berdasarkan uraian fenomena masalah, *research gap* dengan di dasari hasil penelitian terdahulu yang belum konsisten, peneliti tertarik untuk meneliti pengaruh *Corporate Social Responsibility*, profitabilitas, dan *leverage* terhadap manajemen laba. Dalam penelitian ini, peneliti menambahkan variasi sampel dengan fokus pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama periode 2022-2024. Dengan demikian peneliti mengambil penelitian dengan judul, **“Pengaruh *Corporate Social Responsibility*, Profitabilitas, dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2022-2024”**

1.2 Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan penelitian penulis ajukan ini dapat diidentifikasi permasalahannya, yaitu:

1. Konflik kepentingan antara manajer dan pemilik. Manajer melakukan manajemen laba untuk meningkatkan kompensasi mereka atau untuk menghindari risiko pemecatan, yang dapat mengakibatkan laporan keuangan tidak mencerminkan kinerja yang sebenarnya.
2. Dampak *Corporate Social Responsibility*. Implementasi CSR dilihat sebagai upaya manajer untuk membangun reputasi dan kepercayaan pemangku kepentingan.

3. Peran Profitabilitas dapat mempengaruhi hubungan antara manajer dan pemilik. Manajer akan terdorong untuk menunjukkan kinerja yang lebih baik melalui manajemen laba, terutama jika perusahaan tidak mencapai target yang diharapkan.
4. *Leverage* dan risiko keagenan. *Leverage* yang tinggi meningkatkan tekanan kepada manajemen untuk memenuhi kewajiban finansial, yang dapat mendorong praktik manajemen laba.

1.3 Pembatasan Masalah

Guna membahas permasalahan di atas, maka peneliti membatasi ruang lingkup permasalahan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini akan difokuskan pada praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan-perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, khususnya dalam konteks industri manufaktur. Analisis akan dilakukan terhadap metode dan motivasi di balik pengelolaan laba.

1.4 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut:

1. Apakah *Corporate Sosial Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
2. Apakah profitabilitas perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini dapat diformalisasikan sebagai berikut:

1. Untuk melakukan analisis pengaruh *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
2. Untuk melakukan analisis pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Untuk melakukan analisis pengaruh leverage terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat bermanfaat secara:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini memperkuat teori agensi (*agency theory*) yang menyatakan bahwa adanya konflik kepentingan antara manajer (agen) dan pemegang saham (prinsipal) dapat mendorong praktik manajemen laba. Hasil penelitian memberikan bukti empiris bahwa variabel seperti profitabilitas dan *leverage* yang erat kaitannya dengan kepentingan finansial dan pengawasan eksternal dapat mempengaruhi tingkat praktik manajemen laba.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam merumuskan kebijakan terkait CSR, pengelolaan profitabilitas dan struktur leverage guna meminimalkan praktik manajemen laba yang tidak etis.

a. Bagi Investor

Penelitian ini memberikan wawasan mengenai faktor-faktor yang dapat memengaruhi kualitas laba perusahaan, sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi.

b. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperluas wawasan sekaligus memperoleh pengetahuan mengenai penerapan di bidang ilmu akuntansi khususnya Akuntansi Manajemen yang diperoleh selama masa perkuliahan di Program Studi S1 Akuntansi Universitas Pendidikan Ganesha.

c. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang membangun dalam hal meningkatkan kualitas lembaga yang ada dan dapat menambah referensi buku pada perpustakaan.

