

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang**

Akuntansi syariah menegaskan bahwa nilai perusahaan tidak hanya diukur melalui kapitalisasi pasar atau harga saham, tetapi juga melalui kepatuhan perusahaan terhadap prinsip transparansi, keadilan, dan akuntabilitas. Laporan keuangan yang disusun berdasarkan prinsip syariah memberikan gambaran objektif tentang kinerja, sehingga investor syariah dapat menilai keandalan informasi keuangan secara menyeluruh (Gitman, 2012). Dengan demikian, idealnya nilai perusahaan diukur tidak hanya dari aspek finansial, tetapi juga dari kualitas pelaporan yang mencerminkan nilai-nilai Islam. Akuntansi syariah tidak hanya memuat informasi keuangan, tetapi juga dimensi etika, moral, dan keadilan sosial yang diabaikan oleh sistem kapitalis (Lasmi & Effendi, 2020).

Manajemen keuangan idealnya bertujuan memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dengan cara meningkatkan nilai perusahaan secara berkelanjutan. Jika nilai perusahaan meningkat, perusahaan akan memperoleh daya tarik lebih besar di mata investor potensial, memperoleh akses pendanaan dengan biaya lebih rendah, dan memperkuat posisi kompetitif di industri. Oleh karena itu, praktik pengelolaan keuangan dan pelaporan yang transparan menjadi kunci untuk mencapai tujuan tersebut.

Untuk mencapai nilai perusahaan yang optimal, perusahaan perlu menerapkan praktik tata kelola yang baik, transparansi dalam pelaporan keuangan, dan strategi bisnis yang efektif. Selain itu, Sebagaimana dibahas oleh Kato (2024), keterlibatan

dalam tanggung jawab sosial perusahaan dapat memperbaiki reputasi jangka panjang. Dengan demikian, keseimbangan antara kinerja finansial dan tanggung jawab sosial menjadi kunci dalam mencapai nilai perusahaan yang diharapkan.

Perusahaan idealnya menyusun laporan keuangan secara transparan dan akurat agar nilai perusahaan tercermin secara objektif. Nilai tersebut tidak hanya diukur melalui harga saham di pasar modal, tetapi juga melalui kualitas informasi akuntansi yang disajikan dalam laporan. Informasi akuntansi yang andal dan sesuai standar memainkan peran penting dalam menggambarkan kondisi keuangan secara jelas kepada pemangku kepentingan. Pada perusahaan publik, pemisahan fungsi kepemilikan dan pengelolaan menciptakan hubungan keagenan, di mana pemilik (principal) bergantung pada manajer (agent) untuk mengelola sumber daya. Prinsip akuntabilitas dan transparansi dalam pelaporan keuangan menjadi kunci untuk mengurangi risiko asimetri informasi. Dengan demikian, manajemen bertanggung jawab untuk meningkatkan nilai perusahaan sesuai amanah principal. Sebagai imbalannya, manajer menerima gaji, bonus, dan kompensasi lain sesuai kontribusi mereka (Jensen & Meckling, 1976).

Laporan keuangan yang rapi dan transparan merupakan prasyarat penting dalam persaingan bisnis, karena laporan tersebut mencerminkan kinerja perusahaan secara akurat. Laporan keuangan mencerminkan kinerja perusahaan dan memberikan gambaran kondisi keuangan yang dapat berubah sesuai aktivitas operasional perusahaan. Perubahan ini berdampak langsung terhadap harga saham, yang pada akhirnya mencerminkan nilai perusahaan. Namun, tekanan kompetitif juga dapat mendorong manajer untuk melakukan praktik manajemen laba demi menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik di mata pemangku kepentingan.

Corporate Social Responsibility (CSR) idealnya mendorong nilai perusahaan dengan meningkatkan reputasi dan kepercayaan investor melalui program kemasyarakatan dan keberlanjutan (Junizar, 2015). Penelitian oleh Helmayunita dan Sari (2013) menunjukkan bahwa pengungkapan CSR berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan pada perusahaan perbankan di Indonesia. Hal ini menegaskan bahwa keterlibatan perusahaan dalam tanggung jawab sosial dapat meningkatkan reputasi dan kepercayaan investor, yang pada akhirnya meningkatkan nilai perusahaan.

Praktik manajemen laba dalam akuntansi syariah dianggap sebagai *tadlis* (penipuan) ketika dilakukan secara sengaja untuk memanipulasi laporan keuangan dan menyesatkan pemangku kepentingan. Tindakan ini bertentangan dengan prinsip keadilan (*al-'adalah*) dan transparansi (*al-shidq*) dalam Islam. Akuntansi syariah mensyaratkan agar laporan keuangan mencerminkan kondisi perusahaan yang sebenarnya tanpa rekayasa demi keuntungan sepihak.

Konflik kepentingan antara pemilik (*principal*) dan manajer (*agent*) kerap muncul karena manajer memiliki akses lebih luas ke informasi internal perusahaan daripada pemilik. Kondisi asimetri informasi tersebut memungkinkan manajer menyembunyikan fakta atau menyajikan laporan tidak akurat demi keuntungan pribadi. Asumsi bahwa individu selalu memaksimalkan kepentingannya sendiri memperparah situasi, sehingga manajer cenderung bertindak oportunistik, misalnya melalui manipulasi laporan keuangan (Haugen & Senbet, 1979)

Corporate Social Responsibility (CSR) harus dijadikan sarana utama untuk memenuhi tanggung jawab sosial (*maṣlaḥah*) sesuai prinsip *mu'āmalah*. Perusahaan syariah seharusnya mengalokasikan dana zakat, *infaq*, dan program

pemberdayaan masyarakat sebagai wujud komitmen terhadap kesejahteraan umat (QS. Al-Baqarah: 267). Pengungkapan CSR yang jujur dan menyeluruh mencerminkan prinsip kejujuran (shiddiq) dan keadilan (al-'adalah), sehingga nilai perusahaan meningkat seiring meningkatnya kepercayaan pemangku kepentingan.

Secara teoritis praktik manajemen laba memiliki hubungan positif dengan pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR). Manajemen laba dapat digunakan perusahaan untuk menciptakan persepsi kinerja yang lebih baik di mata pemangku kepentingan termasuk investor. Dalam kerangka teori CSR berfungsi sebagai alat strategis memperkuat citra perusahaan. Dengan melakukan pengungkapan CSR secara substansial, perusahaan diharapkan membangun kepercayaan dan kredibilitas di kalangan pemangku kepentingan sehingga potensi dampak negatif manajemen laba dapat diminimalkan.

Corporate Social Responsibility (CSR) seharusnya memberikan pengaruh positif terhadap nilai perusahaan. Pengungkapan CSR yang berkualitas mencerminkan komitmen perusahaan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan, sehingga mampu meningkatkan reputasi serta kepercayaan publik termasuk investor. Kepercayaan yang meningkat diyakini akan memengaruhi keputusan investasi dan mendorong kenaikan nilai pasar perusahaan. Selain itu, CSR idealnya membangun hubungan jangka panjang dengan pemangku kepentingan yang pada akhirnya berkontribusi pada stabilitas keuangan perusahaan.

Industri makanan dan minuman syariah harus mematuhi standar halal dan thayyiban dan menerapkan transparansi pelaporan keuangan sesuai prinsip syariah. Perusahaan wajib menghindari transaksi yang mengandung riba atau ketidakpastian

(gharar) serta praktik manipulasi laba yang melanggar prinsip kejujuran (amanah). Tekanan persaingan di pasar dapat mendorong praktik manajemen laba, tetapi hal ini justru berisiko merusak nilai perusahaan syariah jika terungkap. Untuk menjaga kelangsungan bisnis dan menarik minat investor, pengelolaan keuangan yang jujur dan transparan menjadi sangat penting. Namun persaingan yang ketat sering kali mendorong perusahaan melakukan manajemen laba demi mempertahankan citra kinerja di mata pemangku kepentingan (Jensen & Meckling, 1976).

Pemilihan perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar pada Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) memberikan dimensi unik pada penelitian ini, karena perusahaan-perusahaan tersebut harus mematuhi prinsip syariah dalam pengelolaan bisnis, keuangan, dan tanggung jawab sosial. Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility/CSR*) menjadi sangat relevan, karena mencakup aspek lingkungan, transparansi, dan kehalalan produk yang menjadi fokus utama masyarakat Muslim (Ilhamda, 2020). CSR yang berkualitas diyakini dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan investor, sehingga berkontribusi pada peningkatan nilai perusahaan (Sial et al., 2018).

Sektor makanan dan minuman di Indonesia saat ini menghadapi tantangan serius dalam menjaga transparansi keuangan di tengah tekanan untuk memenuhi ekspektasi keberlanjutan dan tanggung jawab sosial. Beberapa perusahaan yang terdaftar di ISSI menunjukkan variasi tingkat pengungkapan CSR dan praktik manajemen laba, sehingga perlu dianalisis bagaimana kedua faktor ini memengaruhi nilai perusahaan. Penelitian sebelumnya (Lestari & Pamudji, 2016) menemukan bahwa pengungkapan CSR dan praktik akuntansi berperan signifikan

dalam kinerja perusahaan syariah, namun data spesifik pada subsektor makanan dan minuman masih terbatas.

Hasil penelitian mengenai pengaruh CSR terhadap nilai perusahaan menunjukkan beragam temuan. Beberapa studi melaporkan pengaruh negatif CSR terhadap nilai perusahaan, sementara penelitian lain menemukan pengaruh positif atau bahkan tidak signifikan. Perbedaan tersebut dapat muncul karena variasi konteks industri, ukuran perusahaan, dan faktor-faktor lain yang memengaruhi hubungan antara CSR dan nilai perusahaan.

Sebuah studi oleh Kusuma dan Mertha (2021) menemukan bahwa praktik manajemen laba dengan pola *income decreasing* memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa manipulasi laba untuk menurunkan pendapatan dapat menurunkan kepercayaan investor dan, pada gilirannya, menurunkan nilai perusahaan. Di sisi lain, penelitian oleh Helmayunita dan Sari (2013) menunjukkan bahwa manajemen laba dan struktur kepemilikan perusahaan berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Temuan ini mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba dapat mempengaruhi persepsi investor terhadap nilai perusahaan, tergantung pada struktur kepemilikan yang ada.

**Tabel 1.1 Data awal Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di (ISSI)**

No	Kode Saham	Nama Perusahaan	Manajemen Laba(DA) (%)	CSR (CSRDI) (%)	Nilai Perusahaan (Tobin's Q)
1	ICBP	PT Indofood CBP Sukses Makmur	5.2	78	1.85

2	INDF	PT Indofood Sukses Makmur	4.8	72	1.65
3	JPFA	PT Japfa Comfeed Indonesia	6.1	68	1.50
4	MYOR	PT Mayora Indah	4.5	80	1.78
5	ROTI	PT Nippon Indosari Corpindo	7.0	65	1.40

Sumber Internet (Data diolah oleh penulis, 2025)

Data awal pada Tabel 1.1 menunjukkan gambaran praktik manajemen laba, pengungkapan CSR, dan nilai perusahaan pada beberapa perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar dalam Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI). Praktik manajemen laba, diukur dengan nilai *discretionary accruals*, bervariasi di antara perusahaan. PT Nippon Indosari Corpindo (ROTI) memiliki nilai *discretionary accruals* tertinggi sebesar 7,0%, yang menunjukkan potensi praktik manajemen laba yang signifikan. Sebaliknya, PT Indofood Sukses Makmur (INDF) mencatat nilai *discretionary accruals* terendah sebesar 4,8%, mencerminkan pengelolaan laporan keuangan yang lebih konservatif.

Pengungkapan CSR, yang diukur berdasarkan skor GRI, juga menunjukkan variasi. PT Mayora Indah (MYOR) menempati posisi tertinggi dengan tingkat pengungkapan 80%, mencerminkan komitmen yang lebih kuat terhadap tanggung jawab sosial perusahaan dibandingkan perusahaan lain. Di sisi lain, PT Japfa Comfeed Indonesia (JPFA) menunjukkan tingkat pengungkapan CSR terendah sebesar 68%, yang mungkin menunjukkan fokus yang lebih rendah terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial.

Nilai perusahaan, yang diukur menggunakan *Tobin's Q*, menunjukkan pola yang menarik. PT Indofood CBP Sukses Makmur (ICBP) memiliki nilai perusahaan tertinggi sebesar 1,85, sementara PT Nippon Indosari Corpindo (ROTI) mencatat nilai terendah sebesar 1,40. Data ini menunjukkan bahwa tingkat pengungkapan CSR yang lebih tinggi, seperti yang ditunjukkan oleh MYOR dan ICBP, cenderung berkorelasi positif dengan nilai perusahaan. Namun, tingginya *discretionary accruals* pada ROTI tidak disertai dengan peningkatan nilai perusahaan, mengindikasikan bahwa praktik manajemen laba dapat memberikan dampak negatif terhadap persepsi pasar.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa manajemen laba dapat menurunkan nilai perusahaan karena investor menilai kualitas laba yang rendah sebagai sinyal buruk, yang berdampak pada penurunan harga saham (Helmayunita & Sari, 2013). Di sisi lain, pengungkapan CSR yang lebih tinggi cenderung meningkatkan nilai perusahaan, karena dianggap mencerminkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial (Aisanafi & Hernindita, 2022).

Adapun kaitan antara manajemen laba dan CSR, CSR dapat berfungsi sebagai mekanisme untuk menutupi praktik manajemen laba. Dengan kata lain, perusahaan yang terlibat dalam manajemen laba dapat menggunakan CSR sebagai cara untuk mengalihkan perhatian pemangku kepentingan dari praktik tersebut, sehingga menjaga atau bahkan meningkatkan citra perusahaan. Namun, efektivitas CSR dalam menutupi manajemen laba sangat tergantung pada kualitas dan konsistensi pengungkapan CSR itu sendiri. Jika pengungkapan CSR dirancang dengan baik dan

transparan, hal ini dapat memperkuat kredibilitas perusahaan, terlepas dari adanya praktik manajemen laba.

Subsektor makanan dan minuman kerap mencatat margin laba yang relatif tinggi, terlebih lagi selama masa pandemi COVID-19 kondisi permintaan konsumen yang tetap kuat membuat profitabilitas industri ini tetap stabil. Keberlanjutan dan kestabilan laba tersebut justru mendorong manajer keuangan untuk menggunakan diskresi akrual seperti penyesuaian persediaan atau percepatan pengakuan pendapatan sebagai strategi manajemen laba (*income smoothing*) guna menjaga citra kinerja dan menarik minat investor. Oleh karena itu, fenomena laba tinggi dan stabil di subsektor F&B menjadi konteks yang sangat relevan untuk menganalisis praktik manajemen laba dalam penelitian ini.

Data Lapangan menunjukkan bahwa tidak semua perusahaan makanan dan minuman dengan praktik manajemen laba berhasil meningkatkan nilai perusahaan, bahkan beberapa justru mengalami penurunan nilai akibat penurunan kepercayaan investor. CSR sebagai variabel moderasi menunjukkan hasil yang bervariasi pada beberapa perusahaan, CSR memperkuat pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, sementara pada perusahaan lain, CSR tidak memberikan dampak yang signifikan. Ketidaksesuaian ini mengindikasikan bahwa Faktor-faktor lain, seperti karakteristik industri atau struktur kepemilikan, mungkin memengaruhi hubungan antara manajemen laba, CSR, dan nilai perusahaan. Konteks syariah belum banyak dibahas dalam teori konvensional, sehingga ada celah penelitian yang perlu diisi.

Masih terdapat perbedaan temuan mengenai sejauh mana CSR mampu memoderasi pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Beberapa penelitian menunjukkan bahwa CSR memperkuat hubungan positif antara

manajemen laba dan nilai perusahaan, sementara hasil lain justru menunjukkan pengaruh yang berlawanan (Charlie, 2019). Ketidakkonsistenan ini menunjukkan adanya celah penelitian yang perlu diisi, khususnya dalam konteks perusahaan yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) pada periode 2019–2024.

Berdasarkan uraian diatas, maka penelitian ini dapat menguji pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan dan seberapa besar pengaruh CSR untuk memperkuat atau memperlemah. Dan juga berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka dilakukan analisis dengan judul **“Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan: CSR Sebagai Variabel Moderasi di Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar Di Index Saham Syariah (ISSI) Periode 2019-2023”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, terdapat beberapa isu penting yang dapat diidentifikasi sebagai masalah utama dalam penelitian ini:

1. Masih adanya praktik manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan, baik secara halus maupun agresif, untuk memengaruhi persepsi investor terhadap kinerja keuangan.
2. Terdapat ketidakpastian mengenai sejauh mana pengungkapan Corporate Social Responsibility (CSR) mampu memperkuat atau justru memperlemah pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan, khususnya pada perusahaan yang beroperasi di sektor makanan dan minuman syariah.
3. Perbedaan hasil dari penelitian terdahulu, di mana sebagian menunjukkan pengaruh signifikan CSR sebagai variabel moderasi, dan sebagian lainnya tidak menunjukkan hasil yang serupa.

### **C. Ruang Lingkup dan Batasan Masalah**

Untuk menjaga fokus dan kejelasan dalam pelaksanaan penelitian ini, maka ruang lingkup dan batasan masalah yang ditetapkan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini dibatasi hanya pada perusahaan subsektor makanan dan minuman yang terdaftar di Indeks Saham Syariah Indonesia (ISSI) selama periode 2019–2023.
2. Manajemen laba dalam penelitian ini diukur menggunakan pendekatan discretionary accruals (DA) dengan model Modified Jones.
3. Nilai perusahaan diukur menggunakan rasio Tobin's Q sebagai indikator representatif yang menunjukkan persepsi pasar terhadap kinerja perusahaan.
4. Variabel moderasi yang digunakan adalah Corporate Social Responsibility (CSR) yang diukur dengan menggunakan indeks pengungkapan Global Reporting Initiative (GRI) CSRDI.
5. Data yang digunakan bersifat kuantitatif sekunder, diperoleh dari laporan tahunan (annual report), laporan keberlanjutan (sustainability report), dan situs resmi seperti BEI ([www.idx.co.id](http://www.idx.co.id)) serta sumber lainnya yang relevan.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan di atas, maka dapat ditarik perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah ada Pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* dapat memperkuat atau memperlemah (moderasi) hubungan antara manajemen laba dengan nilai Perusahaan pada Perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di ISSI?

### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan bukti empiris, yaitu:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan.
2. Menguji peran moderasi *Corporate Social Responsibility* dalam hubungan antara manajemen laba dengan nilai perusahaan.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan menghasilkan karya ilmiah yang dapat bermanfaat untuk berbagai kalangan, baik untuk kepentingan pengembangan program akademis maupun untuk praktisi.

#### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan akan berkontribusi terhadap penambahan wawasan dan pengetahuan dalam ilmu akuntansi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk perbaikan penelitian manajemen laba, nilai Perusahaan dan CSR di masa yang akan datang.

#### **2. Manfaat Praktis**

##### **a. Bagi Manajemen Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan memberikan panduan bagi perusahaan dalam memahami dampak manajemen laba terhadap nilai perusahaan. Selain itu, penelitian ini dapat membantu perusahaan dalam memanfaatkan pengungkapan CSR secara strategis untuk meningkatkan kredibilitas dan menarik kepercayaan pemangku kepentingan

b. Bagi Investor

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi regulator dalam merumuskan kebijakan atau regulasi yang berkaitan dengan pelaporan keuangan dan CSR. Dengan demikian, regulasi yang dihasilkan dapat membantu menciptakan transparansi dan integritas dalam pelaporan keuangan perusahaan.

c. Bagi Regulator dan Pembuat Kebijakan

Penelitian ini dapat menjadi acuan bagi regulator dalam merumuskan kebijakan atau regulasi yang berkaitan dengan pelaporan keuangan dan CSR. Dengan demikian, regulasi yang dihasilkan dapat membantu menciptakan transparansi dan integritas dalam pelaporan keuangan perusahaan.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya dan Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang bermanfaat untuk pengembangan penelitian lebih lanjut terkait pengaruh manajemen laba terhadap nilai Perusahaan serta peran CSR sebagai variable moderasi.

## G. Jadwal Penelitian

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SUNAN GUNUNG DJATI  
BANDUNG

**Tabel 1.2 Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	2024		2025						
		NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MEI	JUN	JUL
1	Tahan Pertama: Menyusun Proposal Penelitian									
	a. Menyusun Proposal Penelitian									
	b. Sidang Proposal Penelitian									
	c. Perbaiki Proposal Penelitian									
2	Tahan Kedua: Penelitian Skripsi									
	a. Mengumpulkan Data Perusahaan									

