

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia perekonomian saat ini mengalami perkembangan yang amat pesat dimana perusahaan - perusahaan bertumbuh menjadi perusahaan raksasa serta munculnya perusahaan-perusahaan baru berbasis teknologi saat ini (Melinda dan Widyasari, 2019). Menghadapi persaingan dalam era modern saat ini setiap perusahaan diwajibkan untuk bisa melakukan pengelolaan terhadap fungsi-fungsi penting yang terdapat dalam perusahaan secara efektif dan efisien sehingga perusahaan dapat memimpin dalam persaingan yang dihadapi. Menurut Melinda dan Widyasari (2019) manajer keuangan memiliki peranan yang amat penting di suatu perusahaan, dan terancam kehilangan karir jika ia gagal menjalankan dan menghasilkan laporan keuangan yang baik bagi perusahaan. Investor menyukai manajer yang dapat meningkatkan nilai perusahaan dan dapat membawa perusahaan ke arah pertumbuhan yang berkelanjutan. Investor tentunya tidak ingin melakukan investasi pada perusahaan yang mengalami kerugian atau tidak sehat dalam kondisi finansialnya. Hal tersebut menjadi tekanan dan tantangan yang sulit bagi manajer untuk meningkatkan laba terus menerus dalam kondisi perekonomian yang dinamis.

Setiap perusahaan, baik badan hukum maupun individu, tidak terlepas dari kebutuhan informasi. Informasi yang dibutuhkan salah satunya berupa

informasi akuntansi dalam bentuk laporan keuangan (Syamsudin & Primayuta, 2009). Pelaporan keuangan merupakan sarana penyampaian informasi mengenai aspek keuangan kepada *stakeholder* dan pihak eksternal entitas. Laporan keuangan perusahaan diharapkan dapat memberikan informasi yang relevan kepada calon investor dan calon kreditor terkait pengambilan keputusan (Savitri, 2019). Salah satu bagian penting dari laporan keuangan adalah bagian laba. Laba digunakan sebagai pengukur suatu kinerja dan peningkatan suatu entitas. Informasi laba yang terdapat dalam laporan keuangan merupakan informasi utama dalam pengambilan keputusan investasi. Oleh karena itu, informasi laba biasanya menjadi tujuan desain teknik melalui praktik manajemen laba dengan tujuan tertentu (disebut manajemen laba) (Savitri, 2019).

Laba perusahaan digunakan untuk mengukur kinerja operasional, keberhasilan atau kegagalan bisnis dan pencapaian tujuan operasional yang ditetapkan. Pihak eksternal dan internal perusahaan seringkali menggunakan laba dalam pengambilan keputusan, sehingga laporan keuangan yang berisi informasi laba rugi harus berkualitas baik agar tidak menyesatkan pengguna (Khoiruddin, 2016). Fadhila (2015) laba dapat dijelaskan sebagai angka yang penting dalam laporan keuangan karena berbagai alasan, antara lain : laba merupakan dasar perhitungan pajak, sebagai pedoman dalam menentukan kebijakan investasi dan pengambilan keputusan, sebagai dasar dalam proses *forecasting* untuk menentukan peluang serta strategi dimasa mendatang, dasar

dalam perhitungan dan penilaian efisiensi dalam menjalankan perusahaan serta sebagai dasar dalam penilaian pencapaian atau kinerja perusahaan.

Dari masa ke masa, isu yang berkaitan dengan manajemen laba telah berkembang sedemikian rupa dan menjadi perhatian penting berkaitan dengan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan. Manajemen laba melibatkan penggunaan aturan dan prosedur akuntansi yang dapat diterima serta menghindari kegiatan bisnis untuk mencapai tujuan akhir yang diinginkan. Manajemen laba adalah salah satu bentuk pengungkapan manajemen yang mempengaruhi pelaporan keuangan, proses untuk mendapatkan keuntungan pribadi (Cudia & Dela, 2018).

Sutino dan Khoiruddin (2016) mengatakan bahwa praktik manajemen laba telah mengikis kepercayaan investor dalam kualitas pelaporan keuangan perusahaan dan menghambat kelancaran arus modal di pasar modal. Praktik manajemen laba tidak akan terjadi jika laba yang diharapkan tidak berbeda jauh dengan laba yang sebenarnya. Oleh karena itu, manajer perusahaan berusaha meningkatkan kualitas manajemen dengan memberikan informasi sesuai dengan target yang telah disepakati oleh investor. Hasil penelitian Achmad (2015) menemukan bahwa perusahaan yang terdapat di Indonesia terdeteksi melakukan manajemen laba dengan motivasi: (1) kompensasi manajemen, (2) pembayaran dividen, (3) perjanjian utang (debt covenant), (4) Restrukturisasi utang, (5) pembayaran pajak (biaya politik), (6) penggeseran kinerja, dan (7) kendala kesinambungan usaha. Hasil penelitian Achmad (2015) menemukan

bahwa kebijakan dividen merupakan salah satu motivasi manajer untuk melakukan manajemen laba dengan pola menurunkan laba.

Beberapa kasus manajemen laba yang terjadi di Indonesia beberapa tahun silam antara lain, kasus praktik manajemen laba yang terjadi pada PT. Kimia Farma Tbk (2001), PT. Lippo Tbk (2002), dan perusahaan Indomobil (2002) (Boediono, 2005). Contoh Kasus terkait manajemen laba yang terjadi di Indonesia adalah kasus manajemen laba yang dilakukan oleh PT. Garuda Indonesia (persero), Tbk (2015), dimana jajaran Direksi memberikan instruksi kepada kepala unit dan kepala akunting untuk memundurkan semua pembayaran utang agar laporan keuangan menyajikan laba yang terlihat baik dimata investor pada pasar modal (Indah *et al.*, 2016). Fenomena lain dari manajemen laba terlihat apabila telah memasuki penghujung tahun, dilansir dalam CNBC Indonesia tahun 2019 IHSG mempunyai potensi kenaikan harga indeks pada penutupan bulan desember, *window dressing* kian terlihat nyata dan ditandai kenaikan harga indeks dalam 10 hari diawal bulan desember sebesar 2,86%. Secara sektoral, properti memimpin kenaikan harga indeks dengan penguatan 6,9% disusul pertambangan 6,63% (www.cnbcindonesia.com).

Pada tahun 2019 dihebohkan oleh PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) atau biasa disebut produsen taro diduga menggelembungkan Rp. 4 triliun di laporan keuangan tahun 2017. Hal ini diungkap dalam laporan Hasil Investigasi Berbasis Fakta PT Ernst & Young Indonesia (EY) atas manajemen baru AISA pada tanggal 12 Maret 2019. Dugaan penggelembungan ditandai pada akun piutang usaha, persediaan, dan aset tetap Grup AISA. Dan ditemukan kembali

dugaan penggelembungan pendapatan senilai Rp. 662 miliar dan penggelembungan lain senilai Rp. 329 miliar pada pos EBITDA (laba sebelum bunga, pajak, depresiasi dan amortisasi) entitas bisnis makanan dari emiten tersebut. Temuan lain dari laporan EY tersebut adalah aliran dana Rp. 1,78 triliun melalui berbagai skema dari Grup AISIA kepada pihak-pihak yang diduga terafiliasi dengan manajemen lama (<https://finance.detik.com>).

Tabel I. 1 Fenomena-fenomena Window Dressing

No.	Tahun	Nama Perusahaan
1	2001	PT. Indofarma (Persero)
2	2001	PT. Kimia Farma Tbk
3	2002	PT. Lippo Tbk
4	2002	Perusahaan Indomobil
5	2015	PT. Garuda Indonesia (persero)
6	2016	PT Hanson International Tbk
7	2019	PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk
8	2020	PT Asuransi Jiwasraya (Persero)

Sumber: Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan fenomena yang terjadi dapat disimpulkan bahwa adanya praktek manajemen laba pada realisasinya telah terjadi, banyak faktor yang bisa mempengaruhi manajemen untuk melakukan manajemen laba, selain faktor manajemen, faktor akuntan publik juga dalam melakukan audit terhadap laporan keuangan perusahaan juga dapat menjadi faktor yang dapat meminimalisir manajemen dalam melakukan praktek manajemen laba. Terdapat beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap manajemen laba, diantaranya yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, dan pertumbuhan

penjualan. Variabel tersebut memang sudah banyak diambil dalam beberapa penelitian oleh para peneliti sebelumnya akan tetapi masih menunjukkan variasi hasil penelitian dan belum konsisten.

Faktor pertama yang diduga mempengaruhi manajemen laba adalah profitabilitas. Profitabilitas berupa kemampuan sebuah perusahaan untuk dapat mencapai laba. Menurut Wardani & Isbela (2017) Semakin tinggi nilai profitabilitas maka perusahaan akan cenderung melakukan praktik manajemen laba, karena perusahaan termotivasi mencerminkan perusahaan dalam kondisi yang prima.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lusmeida (2019), Cudia & Dela (2018), Firnanti *et al.* (2019), dan Fahmie (2018) profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Melinda & Widayarsi (2019), Sihombing *et al.* (2020), Dwiarti & Hasibuan (2019), Damayanti & Kawedar (2018), dan Trisnawati *et al.* (2015) menghasilkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Faktor kedua yang diduga mempengaruhi manajemen laba adalah *leverage*. *Leverage* merupakan rasio yang menunjukkan besarnya aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan yang dibiayai dengan utang. Semakin besar utang perusahaan maka semakin besar risiko yang dihadapi perusahaan sehingga akibatnya kondisi tersebut mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik *income smoothing* (Purnama, 2017).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fitri *et al.* (2018), Dang *et al.* (2017), Fajri (2019), Hapsari & Kurnia (2016), dan Fahmie (2018) menghasilkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan pada manajemen laba. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Nalarreason *et al.* (2019), Cudia & Dela (2018), Kusumawati (2019), Agustia (2013), Priharta & Rahayu (2019), dan Firnanti *et al.* (2019) yang menghasilkan bahwa *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Faktor ketiga yang diduga mempengaruhi manajemen laba adalah ukuran perusahaan (*firm size*), ukuran perusahaan merupakan skala yang dapat mengindikasikan perusahaan itu besar atau kecil. Perusahaan besar cenderung berhati-hati dalam membuat laporan keuangannya karena laporan keuangannya perusahaan besar biasanya diperhatikan oleh para investor (Purnama dan Nurdiniah, 2019). Perusahaan kecil dinilai lebih banyak melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan besar karena perusahaan kecil ingin menunjukkan kinerja yang baik sehingga investor akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut (Bulutoding *et al.*, 2019).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Dang *et al.* (2017), Nalarreason *et al.* (2019), Kusumawati (2019), dan Hapsari & Kurnia (2016) ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Cudia & Dela (2018), Firnanti *et al.* (2019), Djashan & Lawira (2019), Haider (2020), dan Purnama & Nurdiniah (2019) menghasilkan bahwa ukuran perusahaan (*firm size*) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Faktor terakhir yang diduga mempengaruhi manajemen laba adalah pertumbuhan penjualan (*sales growth*), pertumbuhan penjualan menunjukkan bahwa semakin besar penjualan maka semakin besar pula keuntungan yang diperoleh perusahaan sehingga laba yang didapatkan perusahaan akan semakin besar (Dewinta dan Setiawan, 2016). Variabel ini digunakan dalam model penelitian untuk mendeteksi kasus perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang sangat tinggi akan mengakibatkan asimetri informasi. Situasi ini dapat meningkatkan manajemen laba (Linasm, 2016).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Lusmeida (2019), Linasm (2017), Djashan & Lawira (2019), dan Melinda & Widyasari (2019) menghasilkan bahwa pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Berbanding terbalik dengan Firnanti *et al.* (2019), Turot (2019), Edison & Nugroho (2020), dan Bulutoding *et al.* (2019) pertumbuhan penjualan (*sales growth*) berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Manajemen laba merupakan tindakan manajemen dalam memperbaiki kualitas laporan keuangan agar laporan keuangan tersebut memberikan dampak yang baik bagi perusahaan seperti bertambahnya investor, kepentingan perpajakan dan pengambilan keputusan bagi manajemen perusahaan sendiri. Penyebab terjadinya manajemen laba sering kali terjadi dikarenakan adanya perbedaan kepentingan antara manajemen (*agent*) dan pemilik saham (*principal*) sering disebut dengan *agency theory*. Manajer merupakan pihak internal yang lebih banyak mendapatkan informasi dibandingkan dengan pihak

eksternal perusahaan. Dengan memanfaatkan informasi, manajer dapat merekayasa laba untuk menyajikannya kepada pihak eksternal untuk kepentingan pribadi sehingga pihak eksternal tidak mendapatkan informasi yang sesungguhnya, kondisi ini disebut sebagai asimetri informasi.

Dari latar belakang yang sudah penulis uraikan diatas, penulis ingin melakukan penelitian untuk menguji faktor yang mempegaruhi manajemen laba. Penelitian ini merupakan penelitian replikasi dari Fahmie (2018) dan Nalarreason *et al.*, (2019). Penulis mengambil variabel profitabilitas dan pertumbuhan penjualan (*sales growth*) dari penelitian Fahmie (2018), serta menambahkan variabel *leverage* dan ukuran perusahaan dari penelitian Nalarreason *et al.*, (2019). Penelitian ini diberi judul “**Determinan Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur**”. Alasan pemilihan judul ini karena ketertarikan penulis terhadap kasus *window dressing* yang terjadi di Indonesia yang mengakibatkan terjadinya asimetri informasi.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, didapatkan identifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Apakah profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?
- 2) Apakah *leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?
- 3) Apakah ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?
- 4) Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba?

C. Tujuan Penelitian

Melihat dari latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, maka tujuan penelitian yang akan dicapai adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba
- 2) Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba
- 3) Untuk mengetahui ukuran perusahaan terhadap manajemen laba
- 4) Untuk mengetahui pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba

D. Kebaruan Penelitian

Terdapat beberapa faktor yang diduga berpengaruh terhadap manajemen laba, diantaranya yaitu profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan. Variabel tersebut memang sudah banyak diambil dalam beberapa penelitian oleh para peneliti sebelumnya akan tetapi masih menunjukkan variasi hasil penelitian dan belum konsisten. Tentunya masing-masing penelitian tentu memiliki karakteristik tersendiri terkait tema manajemen laba, selain itu penelitian yang menggunakan semua variabel tersebut dan dibahas dalam satu penelitian masih jarang sekali ditemukan dan juga sektor pada penelitian sebelumnya pada perusahaan industri barang konsumsi sedangkan pada penelitian ini diperluas menjadi sektor perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Dengan adanya kekurangan diatas, penulis ingin memberikan kontribusi dalam kebaruan penelitian ini sebagai informasi dan referensi baru.