

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan yang sudah *go public* maupun belum *go public* pasti membuat suatu laporan keuangan. Dalam mendukung adanya perkembangan atau tidak pada suatu perusahaan maka diperlukan sebuah laporan keuangan. Karena dengan melihat dari laporan keuangan tersebut dapat ditentukan kualitas suatu perusahaan yang mengalami kenaikan atau penurunan. Apabila suatu perusahaan mengalami kenaikan itu artinya dalam mengelola laporan keuangan sudah baik. Namun, sebaliknya jika laporan keuangan mengalami penurunan maka, akan muncul berbagai permasalahan karena laporan keuangan yang tidak transparansi. Misalnya seperti pada masalah agensi yang saat ini cukup menjadi perhatian. Agensi ini menjadi penyebab timbulnya kondisi dimana suatu manajer untuk memperoleh untung bahkan hingga rela mengorbankan kepentingan pihak lain. Pradipta (2013) menyatakan bahwa upaya yang dilakukan dari seorang manajer untuk memperoleh untung yaitu dengan cara *earnings management* atau manajemen laba

Manajemen laba adalah suatu tindakan yang dapat mempengaruhi laporan keuangan. Adanya campur tangan yang dilakukan secara sengaja oleh manajer ketika menyusun laporan keuangan, salah satunya dengan cara memanipulasi laba. Laba berfungsi sebagai tolak ukur seberapa efisien dari usaha bisnis. Laba juga dapat memberikan jaminan atas pasokan modal pada masa depan sebagai inovasi,

serta usaha yang lebih luas lagi, dilihat dari tingkat laba yang diperoleh, maka sudah dapat ditentukan bagaimana efektivitas kinerja perusahaan tersebut dan untuk dapat menilai prestasi pada perusahaan, dapat diukur dengan melihat laba atau rugi.

Dari beberapa kelompok perusahaan, kategori manufaktur lebih banyak dijadikan subjek penelitian karena memiliki resiko bisnis yang besar dan *less regulated*, sehingga fenomena manajemen laba paling mungkin terjadi di perusahaan manufaktur. Fenomena manajemen laba bisa diketahui dari pengelolaan laba oleh suatu perusahaan dan sulit untuk dihindari karena fenomena ini adalah dampak dari penggunaan dasar akrual dalam menyusun laporan keuangan, apabila laba mengalami penurunan maka akan dapat mempengaruhi suatu investor untuk membeli saham kepada perusahaan tersebut. Sebaliknya, apabila laba mengalami kenaikan maka dapat menjadi daya tarik bagi investor yang akan membelinya. Disisi lain, manajemen laba yang memiliki nilai terlalu tinggi juga bisa dapat merugikan bagi pihak investor yang sudah mempercayai laporan keuangan tersebut adalah nyata tanpa adanya manipulasi. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dilihat bahwa fenomena manajemen laba sangat menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran akan perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu, yaitu dengan adanya kemungkinan munculnya manajemen laba yang dilakukan oleh manajer dengan merekayasa laba perusahaannya menjadi lebih tinggi, rendah ataupun selalu sama dalam beberapa periode, karena adanya motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk manage atau mengatur data keuangan khususnya laba yang dilaporkan.

Fenomena terkait manajemen laba juga pernah terjadi pada beberapa perusahaan besar. Salah satunya dalam Sub Sektor Industri Makanan dan Minuman. Praktik manajemen laba terjadi pada PT. Tiga Pilar Sejahtera Food, Tbk (AISA) yang memiliki laba stabil pada tahun 2011 hingga 2016, pada tahun 2011 menunjukkan angka Rp 253,4 miliar yang artinya AISA memiliki laba dari tahun 2011 ke tahun 2012 mengalami peningkatan sebesar 69 persen. Tahun 2013 menunjukkan angka Rp 346,7 miliar dan mengalami peningkatan sebesar 37 persen dari tahun 2012 ke tahun 2013, pada tahun 2014 menunjukkan angka Rp 378,1 miliar yang mengalami peningkatan sebesar 9 persen dari tahun 2013 ke tahun 2014. Laba pada tahun 2015 menunjukkan angka Rp 373,7 miliar dan mengalami penurunan sebesar 1 persen dari tahun 2014 ke tahun 2015. Tahun 2016 menunjukkan angka Rp 719,2 miliar dan mengalami peningkatan sebesar 92 persen.

Agency theory atau teori keagenan memberikan gambaran bahwa masalah manajemen laba dapat dieliminasi dengan pengawasan sendiri. *Agency theory* pertama dikenalkan oleh (Jensen & Meckling, 2012) dan merupakan dasar acuan untuk memahami tata kelola perusahaan serta mendiskripsikan pemegang saham sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agen*. Manajemen merupakan pihak yang dikontrak oleh pemegang saham untuk bekerja demi kepentingan pemegang saham. Pada saat keinginan dan tujuan *principal* bertolak belakang maka akan timbul teori *agency* ini dan akan segera dilakukan klarifikasi mengenai kondisi yang sedang benar-benar terjadi.

Profitabilitas adalah suatu kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba pada periode tertentu seperti tingkat penjualan, aset dan modal saham. Profitabilitas dapat dinilai dengan mengetahui laba dan aset ataupun modal yang akan dibandingkan dengan lainnya. Fungsi dari profitabilitas ini yaitu untuk mengungkapkan hasil dari kebijakan suatu perusahaan dalam keuangan. Pada dasarnya setiap perusahaan tentunya mengharapkan keuntungan yang maksimal maka dari itu profitabilitas juga digunakan untuk menentukan keputusan operasional manajemen perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka penghasilan laba juga semakin meningkat. Keterkaitan profitabilitas yang didapatkan perusahaan pada periode waktu tertentu dapat memicu perusahaan untuk melakukan manajemen laba yaitu dengan cara meningkatkan laba yang diperoleh sehingga dapat memperlihatkan saham serta mempertahankan investor. Dalam penelitian Purnama (2017) dan Tala & Karamory (2017) mengungkapkan jika profitabilitas mempengaruhi perataan laba pada perusahaan dan perataan laba tersebut merupakan metode yang dilakukan dalam manajemen laba, sedangkan dalam penelitian (Wowor et al., 2021) menunjukkan bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fandriani & Tanjung (2019) dan (Fatmasari, 2016), hal itu disebabkan oleh investor yang telah mengabaikan informasi mengenai ROA (*Return On Asset*) dan berdampak pada manajemen yang juga mengabaikan profitabilitas.

Leverage dapat digambarkan dengan sumber pendanaan operasi yang biasanya digunakan oleh perusahaan, dengan kata lain rasio antara total kewajiban

dengan total aset juga bisa disebut sebagai *leverage*. Hutang merupakan salah satu kebijakan alternatif pendanaan perusahaan selain dengan menjual saham pada pasar modal. Apabila hutang yang dipergunakan secara efektif dan efisien maka akan dapat meningkatkan nilai dari suatu perusahaan tersebut. Jika hutang yang dimiliki perusahaan tinggi maka perusahaan akan memilih cara dengan menggeser laba masa depan ke masa sekarang sesuai dengan kebijakan akuntansi. Pada penelitian Kaushik & Kumar (2018), (Purnama, 2017), dan (Ardison et al., 2012) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh (Fandriani & Tanjung, 2019) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hasil tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Anggraeni & Wardhani, 2017), (Tala & Karamory, 2017), dan (Fatmasari, 2016).

Ukuran perusahaan merupakan skala ukuran dan menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan yang dapat ditentukan dengan jumlah seluruh modal, pendapatan, penjualan, saham dan lainnya. Ukuran perusahaan dapat didefinisikan dari total aset suatu perusahaan dan total penjualan pada akhir tahun. Ukuran perusahaan dapat diartikan indikator yang dapat memberikan petunjuk tentang kondisi perusahaan. Menurut pendapat Torang (2012) ukuran perusahaan merupakan variabel konteks yang dapat digunakan untuk mengukur ketentuan pelayanan perusahaan. Berdasarkan pada hasil penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Purnama (2017) menyatakan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Dalam hal tersebut dapat dilihat bahwa

semakin besarnya suatu perusahaan maka kesempatan manajer untuk melakukan manajemen laba juga semakin besar. Besarnya suatu perusahaan maka aktivitas operasionalnya akan lebih kompleks karena perusahaan besar cenderung dituntut untuk memenuhi ekspektasi investor yang tinggi. Adapun perbedaan hasil penelitian dari (Fandriani & Tanjung, 2019) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sehingga hal tersebut dapat dinilai bahwa ukuran suatu perusahaan belum tentu dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam melakukan manajemen laba.

Perusahaan manufaktur dalam sub sektor makanan dan minuman dipilih sebagai objek dalam penelitian ini karena alasannya makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok yang akan selalu dikonsumsi oleh masyarakat, sehingga dapat dikatakan kinerja keuangan dalam perusahaan tersebut cukup baik, dan peningkatan dalam tahun ke tahunnya mengalami perkembangan, hal ini membuat para investor tertarik untuk menanamkan modalnya pada perusahaan yang dapat memberikan dampak positif terhadap perusahaan.

Berdasarkan fenomena *gap* dan *research gap* yang telah dipaparkan, maka penelitian ini penting dilakukan karena hasil dari penelitian terdahulu yang tidak konsisten dan masih mengalami beberapa perbedaan hasil. Sehingga peneliti akan mencoba meneliti kembali dengan menggunakan perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI). Dengan demikian, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba".

1.2 Perumusan Masalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.
2. Mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.
3. Mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini memiliki manfaat bagi beberapa pihak yaitu:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan menambah referensi permasalahan yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia.

2. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi untuk penelitian yang sama dimasa yang akan datang.

3. Bagi Investor

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyikapi suatu informasi tertentu yang dipublikasikan oleh perusahaan serta sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan.

4. Bagi Penulis

Sebagai sarana untuk penerapan teori-teori yang diperoleh selama kuliah khususnya tentang pengujian profitabilitas, *leverage*, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika Penulisan ini terbagi menjadi lima bab yang disusun secara sistematika sebagai berikut ini:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan tentang landasan teori yang mendasari penelitian, penelitian terdahulu, pengembangan kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan tentang jenis penelitian, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, populasi dan sampel penelitian, definisi operasional dan pengukuran variabel, dan metode analisis data.

BAB IV : GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Berisi mengenai gambaran subyek penelitian, analisis data yang terdiri dari statistik deskriptif, pengujian asumsi klasik, dan analisis regresi linier berganda.

BAB V : PENUTUP

Berisi mengenai kesimpulan dari hasil penelitian, keterbatasan penelitian, serta saran yang berguna bagi penelitian yang akan datang.