

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perekonomian di Indonesia saat ini sudah memasuki era yang berkembang, sehingga perusahaan-perusahaan yang sudah ada saat ini mulai berusaha menjadikan sebagai perusahaan *go public*. Di lihat dari perkembangan jumlah perusahaan *go public* yang terdaftar di BEI dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, tercatat hingga tahun 2016 berjumlah 532 perusahaan (Bursa Efek Indonesia, 2016). Adanya BEI perusahaan-perusahaan akan diuntungkan karena dapat mempublikasikan citra perusahaan sehingga berkesempatan menarik untuk bekerjasama. Citra perusahaan akan tergambar salah satunya dengan melihat laporan keuangan perusahaan tersebut.

Didalam sebuah perusahaan laporan keuangan merupakan hasil akhir dari kegiatan akuntansi (siklus akuntansi) yang mencerminkan kondisi keuangan dan hasil operasi perusahaan. Informasi tentang kondisi laporan keuangan dan hasil operasi perusahaan sangat berguna bagi banyak pihak, baik pihak internal maupun pihak eksternal perusahaan. Laporan keuangan ini dapat dipakai sebagai alat untuk berkomunikasi dengan pihak-pihak yang berkepentingan (*stakeholder*) dengan data keuangan perusahaan (Sugiono dan Untung, 2016).

Di dalam laporan keuangan perusahaan, salah satu yang menjadi informasi kunci dalam perusahaan ialah laba untuk mengukur kinerja

perusahaan dan peningkatan suatu entitas baik untuk pihak internal maupun eksternal perusahaan. Akan tetapi informasi laba tidak selamanya akurat. Informasi laba, sering sekali dijadikan target rekayasa dalam bentuk tindakan oportunistik manajemen untuk meningkatkan kepuasannya dan dapat merugikan pihak eksternal perusahaan. Untuk pencapaian suatu target laba, tindakan oportunistik ini dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi sehingga laba dapat diatur agar dapat menaikkan atau menurunkan laba yang diperoleh sesuai dengan kebutuhan dan keinginan manajemen sehingga laporan keuangan perusahaan terlihat baik dimata stakeholder/pengguna. Tindakan tersebut biasanya bertentangan dengan prinsip utama dalam perusahaan. Tindakan perilaku manajemen untuk mengatur laba sesuai keinginannya (opportunistic) yang di gambarkan diatas disebut dengan istilah manajemen laba (earnings management).

Sri Sulistyanto (2008:6) mendefinisikan manajemen laba sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasiinformasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Manajemen laba (earning management) merupakan potensi manajemen akrual untuk memperoleh keuntungan. Upaya perusahaan atau pihak-pihak tertentu untuk merekayasa, memanipulasi informasi, bahkan melakukan tindakan manajemen laba yang dapat menyebabkan laporan keuangan tidak lagi mencerminkan nilai fundamentalnya, karena laporan keuangan seharusnya berfungsi sebagai media komunikasi manajemen

dengan pihak eksternal atau antara perusahaan dengan pemangku kepentingan. Manajemen laba dapat menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai sepenuhnya pada angka laba hasil rekayasa tersebut. Manajemen laba tidak hanya merugikan investor, namun juga dapat berbalik merugikan manajemen. Jika investor sampai mengetahui informasi yang disajikan manajemen tidak benar, harga saham yang overvalued bisa menjadi undervalued. Harga saham yang lebih rendah dari harga sesungguhnya merugikan manajemen, karena mempertinggi biaya manajemen untuk memperoleh tambahan dana dari pasar modal (Setiawan dan Na'im, 2000).

Tindakan manajemen laba ini telah memunculkan beberapa kasus dalam pelaporan keuangan yang secara luas diketahui. Antara lain seperti, Berdasarkan data Bursa Efek Indonesia, indeks saham barang consumer mengalami penurunan 11,67 persen pada masa pandemi 2020. Penurunan harga saham HMSP, UNVR, dan GGRM menjadi pemberat langkah indeks sebesar 23,62 persen, 10,34 persen, dan 22,64 persen di sepanjang tahun lalu. Sementara saham KAEF dan MYOR menjadi penahan indeks barang konsumen dengan kenaikan masing-masing 240 persen dan 33,98 persen. Analisis Sinarmas Sekuritas Wilbert mengatakan telah terjadi pergeseran tren konsumsi masyarakat pada 2020 yang condong membeli produk esensial dan yang terkait dengan Kesehatan. Disisi lain, sector makanan minuman anjlok diterpa kebijakan pembatasan social berskala besar (PSBB) pada kuartal II/2020 dan berlanjut dengan PSBB transisi sampai akhir tahun.

Porspek 2020, daya beli kemungkinan pulih tapi tidak dalam laju cepat. Hingga pas kami perkirakan kebiasaan konsumen akan tetap pada belanja barang esensial. Sementara itu, kenaikan iuran peserta Jaminan Kesehatan Nasional untuk peserta kelas III dan pergerakan pajak rokok yang bersamaan dengan masa distribusi vaksin Covid-19 juga disebut Wilbert dapat dapat menahan pemulihan konsumsi. Dengan demikian, Wilbert memberikan rekomendasi netral untuk sector barang consumer walaupun kinerja beberapa emiten yang memiliki produk sehari-hari (*consumer staples*) terbukti tahan banting pada 2020. Pasalnya, kenaikan harga komoditas dikhawatirkan bakal mengurus laba. Sementara itu, saham UNVR dan INDF juga direkomendasikan karena valuasinya menarik dan saat ini diperdagangkan di bawah tingkat rasio P/E (price to earnings). PT Mayora Indah Tbk. (MYOR) misalnya optimistis pendapatan dan laba bakal tumbuh dua digit pada 2021 walau belum dapat menyebutkan angka spesifik. Sebagai strategi untuk menangkap peluang pada 2021, MYOR akan memberikan dana segar dari penerbitan obligasi senilai Rp 500 miliar untuk anak usahanya PT Torabika Eka Semesta untuk mengembangkan produk kopi.

Tak mau kalah, PT Mulia Boga Raya Tbk. (KEJU) juga siap menggarap pangsa pasar yang lebih besar setelah perseroan merapat ke PT Garudafood Putra Putri Jaya Tbk. (GOOD). Selanjutnya emiten consumer makanan dan minuman PT Fast Food Indonesia Tbk. (FAST) yang memegang lisensi KFC juga optimis menyambut tahun ini. Direktur Fast Food Indonesia Justinus Dalimin Juwono mengatakan kerugian yang

diderita oleh perseroan hingga sembilan bulan pertama 2020 akan berbalik pada tahun ini. (*Sumber: Bisnis.com*)

Dari fenomena tersebut adalah salah satu contoh dari kasus manajemen laba. Profitabilitas dan leverage adalah beberapa faktor yang memicu manajer melakukan manajemen laba. Manajer cenderung melakukan manajemen laba menggunakan transaksi yang tidak berpengaruh dengan aliran kas (transaksi akrual) (Friedlan, 1994). Sementara, laporan laba rugi menjadi pusat utama bagi investor karena menurut mereka kestabilan laba akan berdampak pada kinerja suatu perusahaan. Hal tersebut berkaitan dengan profitabilitas dengan manajemen laba, dengan cara meningkatkan pendapatan, sehingga dapat mempertahankan investor.

*Leverage* mempunyai hubungan dengan manajemen laba, dimana *leverage* mengukur besarnya aktiva perusahaan yang dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan digambarkan oleh modal. Semakin tinggi tingkat rasio *leverage* perusahaan menggambarkan bahwa perusahaan mengalami kesulitan dalam menghadapi perjanjian hutang. Jadi, semakin tinggi rasio *leverage* maka semakin besar resikonya, begitu sebaliknya. Hubungan antara *leverage* dengan manajemen laba terletak ketika tingginya rasio *leverage* akan menjadi pemicu perusahaan melakukan manajemen laba. Dengan menaikkan laba, dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dengan memenuhi hutang yang ada kepada pihak eksternal agar tidak terancam di likuidasi. (Najmi Yatulhusna, 2015).

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan mendapatkan laba

melalui semua kemampuan dan sumber yang ada (Harahap, 2009). Profitabilitas mempunyai informasi yang penting bagi pihak eksternal karena apabila profitabilitas tinggi maka kinerja perusahaan dapat dikatakan baik dan apabila profitabilitas rendah maka kinerja perusahaan dapat dikatakan buruk profitabilitas dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Selain itu, terdapat hubungan antara profitabilitas dengan motivasi metode *bonus plan hypothesis* yang merupakan salah satu faktor dari manajemen laba.

Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang didapatkan dalam menjalankan operasional suatu perusahaan. Dalam manajemen laba, profitabilitas sangat berpengaruh terhadap manajer dalam melakukan manajemen laba. Tindakan manajemen laba akan dilakukan manajer jika profitabilitas yang didapat suatu perusahaan rendah (I Ketut Gunawan, Nyoman Ari Surya Darmawan, I Gusti Ayu Purnawati, 2015).

Penelitian ini merupakan hasil replikasi dari penelitian yang telah dilakukan oleh (Renaldi D, 2017). Adapun persamaan penelitian sekarang dan penelitian terdahulu, terletak pada variabel dependen, yaitu menggunakan variabel manajemen laba sementara profitabilitas sebagai variabel intervening. Dimana variable intervening dipergunakan untuk mengetahui pengaruh secara tidak langsung antara variable independent dan variable dependen. Sedangkan perbedaannya terletak pada variabel independen dan tahun penelitian, dimana terdapat leverage sebagai variabel independen, karena jika perusahaan dengan tingkat rasio leverage yang rendah maka

perusahaan juga akan memiliki risiko leverage yang rendah juga. Hal tersebut akan menarik investor untuk berinvestasi kepada perusahaan.

Di era Globalisasi seperti ini, menjadikan konsumsi masyarakat semakin meningkat. Namun, banyak juga perusahaan-perusahaan baru yang muncul, terutama pada subsector barang industry dan konsumsi. Subsector ini memiliki kontribusi signifikan dalam pertumbuhan perekonomian di Indonesia. Inilah yang membuat sub sector makanan dan minuman memiliki prospek yang cerah di masa depan, sehingga banyak bertambahnya emiten baru dalam subsector ini. Banyak pebisnis yang melihat ini sebagai peluang, untuk menciptakan laba.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik mengkaji kembali mengenai hubungan *leverage* dan profitabilitas dengan penerapan manajemen laba. Penulis akan membuat penelitian dengan judul “**Analisis Leverage Terhadap Manajemen Laba Melalui Profitabilitas (Studi Kasus pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Tahun 2018-2020)**”

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, agar mudah dipahami maka rumusan masalah pada penelitian ini yaitu :

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

4. Apakah profitabilitas mampu menjadi variable intervening antara *leverage* dan manajemen laba?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba
2. Untuk mengetahui apakah *leverage* berpengaruh terhadap profitabilitas
3. Untuk mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba
4. Untuk mengetahui apakah profitabilitas mampu menjadi variable intervening antara *leverage* dan manajemen laba

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

##### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman serta wawasan Intelektual mengenai manajemen laba, terutama keterkaitannya terhadap profitabilitas dan leverage.

##### b. Bagi Akademisi

Peneliti berharap penelitian ini dapat berguna untuk mengetahui lebih banyak lagi mengenai manajemen laba dan mungkin dapat menjadi referensi serta perbandingan untuk penelitian yang akan datang.

### 1.4.2 Manfaat Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi semacam kontribusi pemikiran yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai pertimbangan dan evaluasi khususnya pada pengolahan manajemen laba serta pengaruhnya terhadap profitabilitas dan *leverage*.

#### b. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur bagi investor dalam melakukan investasi pada perusahaan manufaktur khususnya pada sub sector makanan dan minuman.

### 1.5 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu Penelitian

No	Keterangan	Bulan 2022					
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus
1	Tahap Persiapan Penelitian						
	a. Pengajuan Judul	■					
	b. Penyusunan Proposal	■	■				
	c. Perijinan Penelitian			■			
2	Tahap Pelaksanaan						
	a. Pengumpulan Data			■	■		
	b. Pengolahan dan analisis data			■	■		
3	Tahap Penyusunan Laporan					■	■

Sumber : Data diolah peneliti, 2022