

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Tujuan utama semua perusahaan adalah untuk memaksimalkan laba. Dalam menjalankan suatu perusahaan tentunya pemilik tidak berjalan sendirian. Pemilik akan membentuk suatu manajemen untuk mengelola perusahaan. Pihak manajemen yang telah ditunjuk ini, nantinya akan bertanggung jawab kepada pemilik dan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan seperti investor, kreditor, analis keuangan, organisasi karyawan, dan instansi pemerintah (Mulyadi, 2015:3). Pertanggungjawaban pihak manajemen ini nantinya akan disusun dalam laporan keuangan. Laporan tersebut berisi informasi mengenai posisi keuangan dan kinerja perusahaan yang berbentuk neraca, laporan laba-rugi, laporan perubahan ekuitas, dan laporan arus kas. Informasi dari laporan keuangan yang telah dilaporkan tadi akan digunakan oleh pihak yang berkepentingan dalam mengambil keputusan terkait hubungannya dengan perusahaan.

Bagi pihak eksternal, laporan keuangan suatu perusahaan dapat dijadikan sebagai acuan apakah perusahaan telah memaksimalkan penggunaan sumberdaya yang ada atau belum. Pentingnya pelaporan laba ini membuat manajemen berupaya untuk bekerja maksimal. Ketika perusahaan tidak memperoleh hasil seperti yang diharapkan, manajemen akan berusaha mempercantik laporan laba rugi agar memberi kesan yang baik terhadap pihak eksternal perusahaan. Tindakan ini biasanya disebut dengan manajemen laba. Manajemen laba dilakukan dengan berbagai tujuan, bagi pihak manajemen sendiri tindakan manipulasi pada laporan

laba rugi akan mempengaruhi penilaian pemilik perusahaan terhadap manajemen. Kemudian bagi pihak perusahaan, laporan laba rugi digunakan untuk menunjukkan progres perusahaan untuk investor dan kreditur. Pihak manajemen perlu bertanggungjawab terhadap pemerintah terkait kewajibannya melaporkan pajak atas penghasilan perusahaan. Penjelasan diatas sejalan dengan teori keagenan (*Agency theory*), dimana adanya perbedaan kepentingan antara pemilik, manajemen dan pemegang saham.

Praktik manajemen laba masih menjadi perdebatan, apakah hal tersebut dianggap sebagai kecurangan atau tidak. Jika dilihat dari upaya manajemen untuk mengubah informasi keuangan dengan cara menyembunyikan, menunda pengungkapan, menambah ataupun mengurangi informasi yang sebenarnya dan hal tersebut dilakukan dengan sengaja, bisa diartikan hal tersebut sebagai suatu kecurangan (*fraud*). Namun ada pula pihak yang menganggap manajemen laba bukan sebagai kecurangan karena dalam melakukan penyusunan, manajemen tetap menggunakan standar akuntansi yang diterima dan diakui secara umum (Sulistyanto, 2018). Dalam penelitian kali ini ada beberapa variabel yang diasumsikan dapat mempengaruhi manajemen laba, yaitu ada perencanaan pajak (*tax planning*), ukuran perusahaan (*size*), pertumbuhan penjualan (*sales growth*), *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan.

Tax Planning merupakan upaya dari wajib pajak pribadi atau badan untuk meminimalkan jumlah pajak yang terutang dengan cara-cara yang masih berada didalam ketentuan perpajakan (Pohan dalam Septa, Dwiyani, and Hariri 2020). Perencanaan pajak ini berhubungan dengan upaya perusahaan untuk mengurangi

jumlah pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah. Hal tersebut juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Negara dan Suputra, 2017) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Namun penelitian tersebut berbanding terbalik dengan pendapat Septa et al., (2021) dan Achyani and Lestari (2019) yang mengemukakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan (*firm size*) ialah besar kecilnya suatu perusahaan, dimana hal tersebut didasarkan pada jumlah aktiva, nilai pasar, jumlah pendapatan, jumlah modal dan sebagainya (Septa et al., 2021). Ada pendapat yang mengatakan bahwa perusahaan kecil cenderung lebih banyak melakukan praktik manajemen laba daripada perusahaan dengan skala lebih besar. Namun, adapula yang beranggapan bahwa perusahaan besar juga berpotensi besar melakukan manajemen laba karena perusahaan besar dianggap mengeluarkan biaya lebih besar dibandingkan perusahaan kecil sehingga perusahaan akan berusaha mengurangi jumlah laba (Watts And Zimmerman dalam Astari & Suryanawa, 2017). Dalam penelitian yang dilakukan oleh Astari & Suryanawa (2017), Ramadhani (2021), Asim & Ismail (2019), Megha Jain (2018) menyatakan ukuran perusahaan mempengaruhi terjadinya manajemen laba. Sedangkan adapula penelitian yang menyatakan sebaliknya, seperti penelitian yang dilakukan oleh Agustia & Suryani (2018), dan Bassiouny (2016) yang menyatakan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Sales growth atau pertumbuhan penjualan juga diasumsikan dapat mempengaruhi manajemen laba. meningkatnya Pertumbuhan penjualan

menandakan semakin besar penjualan perusahaan, dimana hal tersebut juga secara otomatis akan meningkatkan pendapatan dan mempengaruhi laba perusahaan. Suatu perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi biasanya memiliki alasan untuk melakukan praktik manajemen laba, hal tersebut dikarenakan pada satu sisi perusahaan ingin mempertahankan *trend* penjualan dan disisi lain juga perlu mempertimbangkan *trend* laba (Astari & Suryanawa, 2017). Penelitian yang mendukung adanya pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba adalah penelitian dari Ratih dan Suryanawa (2017) dan Destiana *et al.*, (2020). Sedangkan penelitian yang mengatakan sebaliknya adalah penelitian yang dilakukan oleh Fahmie (2018) dan Rahmawati & Hakim (2018).

Variabel selanjutnya adalah *leverage*. *Leverage* sendiri merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh dana eksternal dari hutang perusahaan (Agustia & Suryani, 2018). Beberapa peneliti juga mengungkapkan alasan yang berbeda-beda tentang motivasi manajemen melakukan manajemen laba. Semakin besar jumlah hutang maka semakin besar beban bunga yang harus ditanggung perusahaan, hal tersebut yang diasumsikan mendorong manajemen melakukan manajemen laba (Zamria., et al, 2013 dalam Agustia & Suryani, 2018). Penelitian yang dilakukan oleh Astari & Suryanawa (2017), Destiana et al., (2020), Agustia & Suryani (2018), Ramadhani & Sulistyowati (2021) memperlihatkan hasil *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil yang berbeda dikemukakan oleh Purnama, (2017) yang menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Profitabilitas diasumsikan dapat mempengaruhi suatu perusahaan melakukan manajemen laba. Rasio profitabilitas sendiri merupakan suatu alat yang digunakan untuk mengukur efektivitas suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dalam periode tertentu. Semakin tinggi tingkat profitabilitas mengisyaratkan bahwa perolehan laba suatu perusahaan juga tinggi, begitu juga sebaliknya (Astari & Suryanawa, 2017). Profitabilitas dapat digunakan sebagai acuan atau tolak ukur untuk menilai kinerja perusahaan, oleh sebab itu apabila tingkat profitabilitas suatu perusahaan rendah maka semakin besar pula kemungkinan dilakukannya praktik manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Astari & Suryanawa (2017) juga mendukung hal tersebut. Sebaliknya, hal yang bertentangan diungkapkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Destiana, Luhglatno, dan Widaryanti (2020) yang menyatakan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Persepsi atau pandangan investor serta masyarakat terhadap kinerja suatu perusahaan yang dikaitkan dengan harga saham, yang terbentuk dari permintaan dan penawaran dipasar modal juga diasumsikan dapat mempengaruhi praktik manajemen laba. Nilai perusahaan dianggap tinggi apabila harga saham juga tinggi, begitu juga sebaliknya apabila nilai perusahaan rendah maka harga sahamnya pun rendah (Ramadhani and Sulistyowati, 2021). Upaya untuk mempertahankan nilai perusahaan inilah yang diasumsikan akan mempengaruhi terjadinya praktik manajemen laba. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahmawantari (2016), hasilnya menunjukkan nilai perusahaan berpengaruh

terhadap manajemen laba, sedangkan menurut Ramadhani & Sulistyowati (2021) nilai perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba,.

Praktik manajemen laba bukan merupakan hal yang baru dalam perekonomian Indonesia, ada beberapa perusahaan yang terbukti melakukan manipulasi pada laporan keuangan khususnya pada laporan laba-ruginya. Kasus yang pertama terjadi pada PT KAI (Persero) di tahun 2006, dimana pada laporan laba perusahaan memperoleh keuntungan sebesar Rp 6,9 miliar, namun kenyataannya perusahaan mengalami rugi sebesar Rp 63 miliar (CNBC Indonesia). Dikutip dari situs yang sama, kesalahan dalam pencatatan menjadi sebabnya, salah satu kesalahan yang terjadi yaitu pos yang harusnya dicatat sebagai kewajiban perusahaan untuk membayar Surat Ketetapan Pajak Pertambahan Nilai namun dalam laporan keuangan malah dicatat sebagai piutang atau tagihan yang dibebankan kepada pelanggan.

Kasus yang kedua terjadi pada PT Garuda Indonesia (Persero) pada tahun 2019. Kasus ini terjadi karena adanya kesengajaan perusahaan yang mengakui dana sebesar Rp 3,48 triliun yang masih bersifat piutang dengan jangka waktu 15 tahun sebagai pendapatan. Hal ini membuat perusahaan yang seharusnya mengalami kerugian menjadi memperoleh laba.

Fenomena manajemen laba yang terjadi pada tahun 2021 terjadi di perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yaitu PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk. Manajemen laba yang dilakukan oleh mantan direksi dilakukan dengan menggelembungkan (*overstatement*) nilai piutang perusahaan serta kesalahan pencatatan afiliasi (Kontan.co.id).

Tabel 1 1 Data Tax Planning, Sales Growth, Leverage, Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Dari Beberapa Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Tahun 2018-2021

Kode Perusahaan	Tahun	Tax Planning	Sales Growth	Leverage	Profitabilitas	Nilai Perusahaan
GOOD	2018	0,730	0,076	0,409	0,101	5,558
	2019	0,751	0,048	0,454	0,086	4,029
	2020	0,721	-0,086	0,557	0,037	3,169
	2021	0,779	0,141	0,552	0,073	6,392
ULTJ	2018	0,739	0,122	0,141	0,126	3,266
	2019	0,753	0,137	0,144	0,157	3,432
	2020	0,781	-0,041	0,454	0,127	3,866
	2021	0,828	0,109	0,306	0,172	3,530
KLBF	2018	0,755	0,044	0,157	0,138	4,659
	2019	0,746	0,074	0,176	0,125	4,546
	2020	0,772	0,021	0,190	0,124	3,796
	2021	0,780	0,136	0,171	0,126	3,560
SIDO	2018	0,765	0,074	0,130	0,199	4,341
	2019	0,752	0,110	0,134	0,228	6,240
	2020	0,779	0,087	0,163	0,243	7,440
	2021	0,782	0,206	0,147	0,310	7,476
KINO	2018	0,749	0,143	0,391	0,042	1,829
	2019	0,811	0,295	0,424	0,110	1,813
	2020	0,841	-0,140	0,510	0,022	1,508
	2021	0,792	-0,012	0,502	0,019	1,090
UNVR	2018	0,748	0,015	0,637	0,447	46,915
	2019	0,747	0,027	0,744	0,358	60,672
	2020	0,778	0,001	0,760	0,349	56,792
	2021	0,768	-0,080	0,773	0,302	36,285

Sumber: data diolah (2022)

Data pada tabel 1.1 memperlihatkan adanya peningkatan nilai dari perencanaan pajak pada beberapa perusahaan industri barang konsumsi pada periode 2018-2021, hal ini dapat mengisyaratkan bahwa dari tahun ke tahun perusahaan berupaya untuk meminimalkan jumlah pembayaran pajak. Tujuan dari tindakan perencanaan pajak tentu untuk memaksimalkan laba bersih yang diperoleh perusahaan, oleh sebab itu perencanaan pajak dapat dijadikan sebagai indikator terjadinya manajemen laba.

Data yang kedua memperlihatkan bahwa tingkat pertumbuhan penjualan dari beberapa perusahaan industri barang konsumsi diatas mengalami penurunan yang cukup tajam khususnya dari tahun 2019-2020. Pada tabel 1.1 di atas terlihat beberapa perusahaan sampel seperti GOOD, ULTJ, dan KINO memperoleh nilai negatif pada tahun 2020, dimana hal tersebut terjadi karena nilai penjualan tahun sebelumnya lebih tinggi dibandingkan penjualan tahun berjalan. Penurunan pertumbuhan penjualan ini dapat membuat laba perusahaan juga turun. Alasan tersebut dapat dijadikan perusahaan untuk melakukan manajemen laba.

Data *leverage* perusahaan pada tabel 1.1 memperlihatkan adanya kenaikan dari tahun 2018 hingga 2020. Kenaikan nilai *leverage* suatu perusahaan akan meningkatkan beban bunga yang harus dibayar, selain itu perusahaan juga harus tetap menjaga kepercayaan kreditur dengan menjaga tingkat laba sehingga dapat diasumsikan bahwa tingkat *leverage* dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan manajemen laba.

Profitabilitas beberapa perusahaan industri barang konsumsi pada periode 2018-2021 mengalami penurunan. Penurunan profitabilitas ini dapat mempengaruhi penilaian investor terhadap kinerja perusahaan. Tingkat profitabilitas yang stabil tentu lebih disukai oleh para investor, oleh sebab itu perusahaan harus tetap menjaga tingkat prifitabilitas, sehingga profitabilitas dapat dijadikan sebagai salah satu variabel yang mempengaruhi praktik manajemen laba.

Nilai perusahaan dari beberapa perusahaan pada tabel 1.1 di atas memperlihatkan ada yang stabil adapula yang mengalami penurunan. Nilai

perusahaan yang berfluktuasi akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan *income smoothing* untuk mempertahankan laba yang stabil, sehingga hal tersebut akan memperlihatkan citra yang lebih baik kepada investor.

Berdasarkan perbedaan hasil penelitian terdahulu mengenai pengaruh *tax planning*, ukuran perusahaan, *sales growth*, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan terhadap manajemen laba serta dengan adanya fenomena penelitian tersebut, maka penulis memiliki ketertarikan untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh *Tax Planning*, Ukuran Perusahaan, *Sales Growth*, *Leverage*, Profitabilitas, dan Nilai Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Barang Konsumsi Yang Terdaftar Di BEI Pada Tahun 2018-2021)”**

1.2. Ruang Lingkup

Penetapan ruang lingkup dilakukan untuk memastikan bahwa penelitian dilakukan sesuai tujuan dan ruang lingkungnya tidak meluas. Adapun ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel independen pada penelitian ini adalah *tax planning*, ukuran perusahaan, *sales growth*, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan, sedangkan variabel dependen adalah manajemen laba.
- b. Periode laporan keuangan yang diamati mulai dari tahun 2018 hingga 2021.
- c. Perusahaan manufaktur sektor industri barang konsumsi yang terdaftar pada Bursa Efek Indonesia periode 2018-2021. Sektor ini dipilih karena

perusahaan dianggap memiliki permintaan yang stabil dan tidak terlalu terkena dampak pandemi.

1.3. Perumusan Masalah

Berdasarkan fenomena penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Adanya peningkatan nilai perencanaan pajak di beberapa perusahaan sampel dari tahun 2018-2021, mengisyaratkan ada upaya untuk mengurangi jumlah pembayaran pajak. Peningkatan nilai perencanaan pajak ini dapat dijadikan indikasi bahwa kemungkinan perusahaan melakukan praktik manajemen laba.
2. Tingkat pertumbuhan penjualan (*sales growth*) yang cenderung turun khususnya pada periode 2019 ke 2020, menyebabkan laba perusahaan menurun. Masalah ini diasumsikan dapat mempengaruhi perusahaan untuk melakukan manajemen laba agar dapat mempertahankan tren laba dan tren penjualan yang baik.
3. Adanya peningkatan rasio *leverage* pada beberapa perusahaan menyebabkan bertambahnya beban bunga dimana hal tersebut harus pula diikuti peningkatan laba. Hal tersebut dilakukan untuk mempertahankan kepercayaan kreditur terhadap perusahaan, bahwa perusahaan mampu melunasi hutangnya.
4. Penurunan nilai profitabilitas, mengisyaratkan adanya penurunan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba, hal tersebut dapat berpengaruh tidak baik terhadap penilaian investor terhadap perusahaan.

Hal tersebut diasumsikan akan mempengaruhi perusahaan dalam melakukan manajemen laba.

5. Ada beberapa perusahaan seperti GOOD, KLBF, KINO, UNVR yang nilai perusahaannya mengalami penurunan, hal tersebut tentu kurang menguntungkan bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan investasi dari para investor.

Merujuk pada identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka dapat disusun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Apakah *tax planning* berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah *sales growth* berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba?
5. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba?
6. Apakah nilai perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
7. Apakah *tax planning*, ukuran perusahaan, *sales growth*, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba secara bersama-sama?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian, maka penelitian ini bertujuan:

1. Menganalisis pengaruh *tax planning* (perencanaan pajak) terhadap manajemen laba.
2. Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

3. Menganalisis pengaruh *sales growth* terhadap manajemen laba.
4. Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba.
5. Menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba
6. Menganalisis pengaruh nilai perusahaan terhadap manajemen laba.
7. Menganalisis pengaruh *tax planning*, ukuran perusahaan, *sales growth*, *leverage*, profitabilitas, dan nilai perusahaan terhadap manajemen laba secara bersama-sama.

1.5. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat:

1. Bagi penulis, dapat menambah ilmu pengetahuan mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi manajemen laba serta bagaimana mendeteksi manajemen laba.
2. Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan manajemen laba.
3. Bagi investor, informasi ini dapat digunakan sebagai pertimbangan untuk pengambilan keputusan investasi terkait variabel perencanaan pajak, ukuran perusahaan, *sales growth*, *leverage*, profitabilitas dan nilai perusahaan pada perusahaan sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI.
4. Bagi perusahaan, dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan terkait pengaruh perencanaan pajak, ukuran perusahaan, *sales growth*, *leverage*, profitabilitas, dan nilai

perusahaan terhadap manajemen laba. Diharapkan dengan memahami hal tersebut, akan membuat perusahaan berpikir ulang untuk melakukan manipulasi terhadap laporan keuangan.

