

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan antar perusahaan menuntut *agent* meningkatkan efisien dan efektifitas perusahaan untuk mencapai dan memaksimalkan laba yang diperoleh. Laba seringkali menjadi tolak ukur kinerja manajemen perusahaan dan sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi oleh *principal*. Pihak *principal* lebih memilih kinerja perusahaan yang stabil karena menunjukkan kondisi perusahaan yang baik dan lebih menjamin *return* dan resiko yang rendah. Banyaknya pengguna yang mengacu pada informasi laba yang tersaji dalam laporan keuangan, maka pihak *agent* berusaha meningkatkan citra perusahaan dan menampilkan kinerja keuangan terbaiknya. Hal inilah yang memicu *agent* melakukan *dysfunctional behavior* (perilaku tidak semestinya) melalui tindakan manajemen laba (Budiasih, 2009, h. 45).

Manajemen laba merupakan upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *principal* yang ingin mengetahui kinerja *agent* dan kondisi perusahaan. (Sulistyanto, 2008). Adanya tindakan tersebut tidak terlepas dari tujuan kedua pihak (*conflict of interest*) yang memiliki tujuan dan kepentingan yang berbeda. Konflik diantara kedua pihak muncul dimana pihak *principal* tidak memiliki informasi sepenuhnya mengenai perusahaannya,

sedangkan pihak *agent* memiliki lebih banyak informasi penting karena secara langsung terjun dalam mengelola perusahaan (*information asymetry*).

Beberapa pendapat dari praktisi tentang adanya praktik manajemen laba sebagai kecurangan, karena yang dilakukan oleh perusahaan mengakibatkan informasi laba yang tersedia di laporan keuangan dapat menyesatkan dan kemungkinan adanya kesalahan bagi *principal* dalam mengambil keputusan. Sementara menurut para akademisi manajemen laba bukan sebuah kecurangan, namun merupakan suatu kebebasan bagi *agent* untuk memilih dan menggunakan metode akuntansi tertentu ketika mencatat dan menyusun informasi dalam laporan keuangan (Sulistyanto, 2008).

Menurut Watts dan Zimmerman (1986) praktik manajemen laba dilatarbelakangi oleh 3 motif yaitu *bonus plan*, *debt covenant*, dan *political cost*. *Bonus plan* atau Motivasi bonus memicu para *agent* untuk mencapai target laba yang telah direncanakan dan diinginkan oleh pihak *principal*, sehingga atas pencapaian tersebut pihak *agent* akan memperoleh bonus. Motif tersebut dapat dilakukan dengan menggeser laba yang akan datang ke periode saat ini (Scoot, 2006). *Debt covenant* atau motivasi hutang, dalam hal ini manajemen perusahaan melakukan peningkatan laba atas adanya pelanggaran perjanjian kredit demi menjaga reputasi perusahaan dari pihak *principal* dan calon investor. *Political cost* atau motivasi politik, dimana perusahaan besar cenderung menggunakan metode akuntansi yang dapat memperkecil dan memperbesar laba yang dilaporkannya. Pada motivasi ini pihak *agent* dapat memberi kepercayaan bagi *principal* dan menarik minat calon investor atas laba yang besar, namun di satu

sisi perusahaan dengan laba besar tetapi tidak menginginkan jumlah pajak yang tinggi. Adanya manajemen laba tidak lepas dari informasi laba suatu perusahaan, dimana pihak *principal* akan melihat kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan atau laba yang akan diperoleh. Informasi laba juga dijadikan sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan ekonomi.

Penelitian mengenai manajemen laba telah banyak dilakukan oleh para peneliti terdahulu. Variabel-variabel yang mempengaruhi manajemen laba diantaranya adalah *bonus plan*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan. Variabel independen *bonus plan* merupakan pemberian bonus yang diberikan kepada *agent* ketika mampu memenuhi target yang diinginkan *principal*. Saat perusahaan dibawah syarat atau tingkat minimal, perusahaan atau *agent* akan melakukan upaya agar mencapai target dengan melakukan manajemen laba, begitu pula sebaliknya saat perusahaan jauh diatas yang disyaratkan, maka pihak perusahaan akan mengatur agar labanya untuk masa yang akan datang (Sulistyanto, 2008). Penelitian terdahulu memiliki perbedaan hasil walaupun dengan variabel yang sama. Pada penelitian Elfira (2014) dan Widowati (2013), *bonus plan* atau kompensasi bonus berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan hasil penelitian Wijaya dan Yulius (2014) bahwa *bonus plan* berpengaruh pada manajemen laba tetapi tidak signifikan, dan hasil lainnya oleh Yupita, dkk (2017) menyatakan bahwa *bonus plan* berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

Pada variabel *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang (Elfira, 2014). Semakin besar

hutang, maka semakin besar pula risiko yang akan ditanggung, dan ketidakpastian perusahaan untuk menghasilkan laba dimasa depan akan semakin meningkat. Hal tersebut bukanlah yang diinginkan oleh pihak *principal*, oleh karena itu semakin tingginya hutang, maka perusahaan akan berusaha menutupi dengan melakukan manajemen laba agar dimata *principal* dan publik bahwa perusahaan dalam kondisi yang baik. Penelitian *leverage* yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yaitu menurut Gunawan, dkk (2015), Elfira (2014) menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba, berbeda dengan hasil Wijaya dan Yulius (2014), dan Yupita, dkk (2017) bahwa *leverage* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Pada penelitian yang dilakukan oleh Ulya dan Khairunnisa (2015) menghasilkan *leverage* berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba, berbeda lagi hasil penelitian Wildarman, dkk (2014) bahwa *leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

Variabel penelitian yang lain yaitu profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk mencapai laba dalam suatu periode tertentu dari kegiatan bisnis yang dilakukannya (Ghost,et. al., dalam Gunawan, dkk 2015). Perusahaan yang memiliki tingkat profitabilitas tinggi diharapkan menghasilkan *return* yang tinggi pula, namun semakin besarnya profitabilitas semakin besar peluang perusahaan mengalami penurunan profitabilitas di masa yang akan datang dan terjadi ketidakstabilan perusahaan dalam memperoleh pendapatan. Oleh karena itu, perusahaan akan melakukan manajemen laba untuk menjaga konsistensi tingkat labanya (Ulya dan Khairunnisa, 2015). Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh

Ulya dan Khairunnisa (2015) dan Astari dan I Ketut (2017) yang menghasilkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gunawan, dkk (2015) diperoleh hasil bahwa profitabilitas berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hasil yang berbeda juga dinyatakan oleh Wildarman, dkk (2014) dalam penelitiannya bahwa profitabilitas berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

Variabel ukuran perusahaan merupakan variabel yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan menurut berbagai cara, seperti total aktiva, *log size*, nilai saham, dan lain-lain (Indarti dan Astri, 2015). Perusahaan yang besar cenderung akan diperhatikan oleh masyarakat luas, sehingga perusahaan atau pihak *agent* memiliki tanggung jawab yang lebih besar dalam memberikan informasi laporan keuangan dan harus dapat memenuhi ekspektasi *principal*. Dalam hal ini, perusahaan akan lebih berhati-hati dalam mengatur laba perusahaan untuk menghindari kenaikan dan penurunan laba yang fluktuatif, karena di satu sisi perusahaan ingin menarik minat investor, di sisi lain dapat bertambahnya beban perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab kepada publik. Hasil penelitian Astari dan I Ketut (2017) dan Widowati (2013) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Hasil berbeda pada peneliti lain yang dilakukan oleh Gunawan, dkk (2015) bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba, berbeda pula pada penelitian Herlambang dan Darsono (2015) dan Ulya dan

Khairunnisa (2015) yang menyatakan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan hasil antara penelitian satu dengan penelitian lainnya. Adanya *research gap* pada penelitian-penelitian tersebut menjadi alasan dilakukannya pengujian lebih lanjut. Penelitian ini mengacu pada penelitian Gunawan, dkk (2015).

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian Gunawan, dkk (2015) adalah adanya variabel independen tambahan yaitu *bonus plan* yang tidak dilakukan oleh Gunawan, dkk (2015). *bonus plan* dapat mempengaruhi manajemen laba karena pemberian bonus diberikan kepada *agent* ketika target yang diinginkan *principal* terpenuhi, sehingga perusahaan atau *agent* akan melakukan upaya agar mencapai target dengan melakukan manajemen laba. Perbedaan lainnya adalah tahun penelitian yang dilakukan, periode penelitian ini tahun 2014 – 2016 sedangkan penelitian Gunawan, dkk (2015) periode penelitian pada tahun 2009 – 2013.

1.2 Rumusan Masalah

Informasi laba seringkali dijadikan sebagai acuan *principal* dalam menilai kinerja dan mengambil keputusan ekonomi. Hal tersebut membuat *agent* berusaha menampilkan kinerja keuangan yang stabil dan terbaiknya dengan melakukan tindakan manajemen laba untuk dapat mempertahankan investor dan menarik calon investor untuk berinvestasi. Beberapa faktor yang dianggap mempengaruhi pihak *agent* melakukan tindakan manajemen laba yaitu *bonus plan* (Elfira, 2014:

Widowati, 2013), *leverage* (Wijaya dkk, 2014: Astari dan I Ketut, 2017), profitabilitas (Ulya dan Khairunnisa, 2015: Astari dan I Ketut, 2017), dan ukuran perusahaan (Herlambang dkk, 2015: Ulya dan Khairunnisa, 2015).

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas, terdapat *research gap* yang menunjukkan adanya arah hubungan yang tidak konsisten pada penelitian terdahulu mengenai pengaruh *bonus plan*, *leverage*, profitabilitas dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba sehingga perlu dilakukan penelitian lebih lanjut. Permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh *bonus plan* terhadap manajemen laba?
2. Bagaimana pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba?
3. Bagaimana pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba?
4. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini, penulis memiliki tujuan menganalisis beberapa aspek sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *bonus plan* terhadap manajemen laba
2. Untuk menganalisis pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba
3. Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba
4. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

1.4 Manfaat Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dalam penelitian ini antara lain :

1. Teoritis

Secara teoritis penelitian ini dapat memberikan model analisis mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2014-2016 yang dapat digunakan sebagai acuan untuk penelitian yang akan datang. Faktor-faktor tersebut yaitu; *bonus plan*, *leverage*, profitabilitas, dan ukuran perusahaan.

2. Praktis

a. Bagi calon Investor

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan investasi bagi masyarakat umum, khususnya para investor dan calon investor dengan menilai kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dan mengetahui beberapa aspek perusahaan dalam mengatur laba.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat membantu perusahaan dalam pengambilan kebijakan dalam mempertimbangkan aspek positif dan negatif dalam kebijakan pelaporan laba yang dikelola.