

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang**

Perusahaan – perusahaan kini menghadapi persaingan yang semakin ketat untuk dapat bertahan dalampasar global, tentunya industri manufaktur di Indonesia tidak luput dari persaingan tersebut. Perusahaan kini dituntut untuk memiliki berbagai keunggulankompetitif agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya, tidak hanya dari kuantitas maupun kualitas produk yang ditawarkan juga mencakup pengelolaan keuangan dengan baik yang berarti berbagai kebijakan dalam pengelolaan keuangan harus dapat menjamin keberlangsungan usaha perusahaan dan hal tersebut ditunjukkan dengan besarnya laba yang dicapai suatu perusahaan. Situasi inilah yang biasanya mendorong manajer untuk melakukan perilaku menyimpang dalam menyajikan dan melaporkan informasi laba, Hal tersebut yang dikenal dengan praktik manajemen laba (*earnings management*).

Manajemen laba adalah upaya untuk mengubah, menyembunyikan dan merekayasa angka-angka dalam laporan keuangan dengan menggunakan metode dan prosedur akuntansi yang digunakan perusahaan (sulistyanto, 2008). Sedangkan menurut (*National Association of Certified Fraud Examiners, 1993* dalam Hairu, 2009) mendefinisikan manajemen laba sebagai kesalahan atau kelalaian yang disengaja dalam membuat laporan keuangan mengenai fakta material dan data akuntansi, sehingga semua informasi yang dipakai untuk

membuat pertimbangan yang pada akhirnya akan menyebabkan orang membancanya akan mengganti atau mengubah pendapat atau keputusannya.

Penilaian kinerja sebuah perusahaan secara sederhana dapat tercermin dari pencapaian laba dari perusahaan tersebut. Pihak-pihak yang berkepentingan pada suatu perusahaan menggunakan informasi laba tersebut dalam penentuan keputusan atau dijadikan sebuah pertimbangan yang akan diambil guna kelangsungan operasional perusahaan tersebut.

Informasi laba suatu perusahaan digunakan oleh pihak internal maupun eksternal perusahaan sebagai dasar pertimbangan atau pengambilan berbagai keputusan terkait bonus, kompensasi, biaya yang terkait dengan pemerintahan, tolak ukur prestasi kinerja pihak manajemen serta sebagai dasar penentuan besaran pajak. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang ada di teori akuntansi positif, dimana hipotesis tersebut didasarkan pada pemikiran bahwa standar akuntansi yang paling menguntungkan akan dipilih oleh manajemen perusahaan untuk melakukan manajemen laba (watts dan Zimmerman, dalam yulianti 2004). Oleh karena itu kualitas dari informasi laba yang dihasilkan perusahaan haruslah menarik perhatian dari berbagai kalangan seperti investor, kreditor, para pembuat kebijakan akuntansi ataupun pemerintah yang dalam hal ini adalah Direktorat Jendral Pajak.

Dalam pajak, manajemen laba merupakan salah satu upaya yang dilaksanakan manajer untuk menurunkan angka profit perusahaan sesuai kepentingan perusahaan. Dari hubungan yang terbentuk dalam masalah perpajakan digambarkan dalam teori keagenan yang menyatakan bahwa konflik

kepentingan terjadi diantara pihak yang berkepentingan (*Principal*) dengan pihak yang menjalankan kepentingan (*agent*). Konflik ini muncul pada saat setiap pihak berusaha untuk mencapai tingkat kemamkmuran yang diinginkan. Perusahaan mempunyai cara untuk mengecilkan angka pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah karena perusahaan menganggap pajak adalah beban bagi perusahaan yang harus diminimalkan pembayarannya sedangkan Pemerintah juga berkeinginan agar perusahaan membayar pajak sebesar-besaryasesuai dengan ketentuan undang-undang yang berlaku karena pajak sendiri adalah sumber penghasilan terbesar bagi pemerintahan selain sumber minyak dan non-minyak (Mangoting, 1990). Beban yang terlalu berat untuk perusahaan bisa mendorong manajemen untuk mengatasinya dengan banyak cara, salah satunya adalah dengan memanipulasi pendapatan perusahaan yang sering disebut manajemen laba (Anggraeni, 2011).

Dalam pertimbangannya bahwa manajemen ingin meminimalkan pembayaran pajak, ada beberapa upaya yang bisa dilakukan yaitu perencanaan pajak. Suandy (2008), menyatakan perencanaan pajak adalah suatu cara yang bisa digunakan oleh pembayar pajak dalam melaksanakan bisnis ataupun manajemen pajak dalam pendapatan, maksudnya adalah untuk mengestimasi jumlah pajak yang akan dibayar dan hal-hal yang dapat dilakukan untuk menghindari pajak dalam catatan bahwa pajak yang dilaksanakan adalah pajak manajemen yang tidak melanggar hukum dan perundang-undangan hal ini berlaku pada perpajakan. Pajak adalah sumber penghasilan negara yang kontribusinya sangat penting dalam pembangunan negara. Semakin tinggi perolehan laba yang diperoleh maka

berpengaruh pada manajemen laba perusahaan tersebut. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi, R., F. Dkk (2017), Santana, W., K., D. & Wirakusuma, G., M. (2016) dan Widiatmoko, J. dan Mayangsari, I. (2016) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Perusahaan berusaha menghindari biaya politik yang besar seperti beban pajak, semakin tinggi nilai pajak semakin rendah keuntungan yang akan diperoleh. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Setyawan, B. & Harnovinsah (2015) dan Aditama, F. & Purwaningsih, A. (2014) yang menyatakan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba

Dalam laporan tahunan perusahaan, *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini tentunya menjadi salah satu strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan labanya. Laba merupakan salah satu indikator yang terdapat pada laporan keuangan perusahaan yang digunakan investor untuk mengambil keputusan. Oleh karena itu, kualitas laba yang baik sangatlah dibutuhkan para investor atau pemegang saham (Kieso *et al.*, 2007). Adanya aktivitas *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini dapat membantu pihak manajemen yang berada dalam perusahaan lebih leluasa untuk melakukan praktek manajemen laba, karena dengan dilakukannya *Corporate Social Responsibility (CSR)* akan membuat positif dimata investor maupun masyarakat sehingga dapat menutupi kecurangan-kecurangan yang telah dilakukan pihak manajer.

*Corporate Social Responsibility (CSR)* dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non-keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya yang dapat dibuat

dalam laporan keuangan atau laporan sosial terpisah (Guthrie, 1990 dalam Yap dan Widyaningsih, 2009). Ide *Corporate Social Responsibility (CSR)* pada dasarnya adalah bagaimana perusahaan memberi perhatian kepada lingkungannya terhadap dampak yang terjadi akibat kegiatan operasional perusahaan. Sejalan dengan pernyataan Kususma et al (2014:1) kegiatan *Corporate Social Responsibility (CSR)* ini dimanfaatkan manajemen sebagai tameng atau strategi mempertahankan diri (*entrenchment strategy*) dari tindakannya dalam mengelola laba perusahaan agar reputasi perusahaan tetap terjaga baik dan melindungi karir manajer secara pribadi. Penelitian terdahulu yang dilakukan Evadewi, R. & Meiranto, W. (2014) dan Wardani, K., D. & Santi, K., D. (2018) menunjukkan *corporate socisl responsibility (CSR)* berpengaruh positif terhadap praktek manajemen laba. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Gayatri & Pria, P. (2016) menunjukkan *corporate socisl responsibility (CSR)* berpengaruh negatif terhadap praktek manjaemn laba. Berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Kinasih dkk (2018) yang menyatakan bahwa *corporate socisl responsibility (CSR)* tidak berpengaruh terhadap praktek manajemen laba.

Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi kecil atau besarnya perusahaan. Dilihat dari total asset perusahaan (Desmiyawati et al, 2009). Ukuran perusahaan mempunyai peran yang sangat penting dalam praktik manajemen laba. Perusahaan yang berukuran besar melakukan manajemen laba bertujuan untuk menghindari adanya fluktuasi laba. semakin besar perusahaan dapat menarik para investor dan pemerintah untuk menanamkan sahamnya sehingga perusahaan dapat memainkan labanya dengan melakukan manajemen laba. Hal ini serupa

dengan penelitian yang dilakukan Widiatmoko, J dan Mayangsari, I (2016), Evadewi, R & Meiranto, W. (2014) dan Wardani, K., D. & Santi, K., D. (2018) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini ukuran perusahaan digunakan sebagai panduan untuk biaya politik. Semakin besar ukuran perusahaan akan memiliki biaya politik tinggi karena menjadi subjek pengamatan pemerintah. Biaya politik yang tinggi menjadikan perusahaan cenderung memilih metode untuk mengurangi laba yang dilaporkan. Hal ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Santana, W., K., D. & Wirakusuma, G., M. (2016) dan kinasih, dkk (2018) dimana hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Gayatri & Pria, P. menghasilkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Pemerintah dalam peraturan perpajakan merevisi untuk mengurangi praktik manajemen laba. Dalam UU No. 36 2008, adanya perubahan pada tingkat agen penagihan pajak yang awalnya mengadopsi tarif pajak tunggal 28% dari 1 januari 2009, sekarang menjadi 25% dari 1 januari 2010 sampai hari ini. Sebab itu, terlepas dari pendapatan kena pajak, tingkat yang digunakan adalah 25% (persen). Selain dari perusahaan yang bersifat go-public, dari mereka mendapat penurunan tingkat 5% (persen) dari tarif normal. Pada 2009, tarif pajak perusahaan go-public adalah 23% (persen). Pada 2010, tarif pajaknya adalah 20% (persen). Dari revisi peraturan perundang-undangan perihal pajak tersebut, maka perusahaan melakukan manajemen laba dengan meminimalkan jumlah laba kena pajak di tahun sebelum berlakunya tarif pajak baru, sehingga beban perusahaan

menjadi lebih kecil (Wijaya dan Martini, 2011). Hasil ini upaya pemerintah dalam mengurangi praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan.

Manajemen laba ini memberikan fleksibilitas bagi manajer untuk melindungi diri maupun perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Watt dan Zimmerman (1978) dalam Dianita (2010) menetapkan laba sebagai tindakan manajer dalam menggunakan kebijakan akuntansi terhadap pelaporan angka-angka akuntansi yang tidak sesuai dengan kondisi ekonomi perusahaan yang sebenarnya dan menyesatkan pihak investor dalam mengambil keputusan ekonomi dengan adanya angka laba tersebut. Menurut Scott (2003), banyak penyebab yang membuat pihak manajer melakukan laba, salah satunya yaitu manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonus yang diperolehnya. Selain ini, manajer dapat juga mengurangi laba bersih yang dilaporkan agar nilai pembayaran pajak lebih kecil.

Dengan adanya ketidakkonsistenan hasil temuan penelitian terdahulu oleh beberapa peneliti, maka penelitian ini penting dilakukan dan diuji kembali secara empiris untuk menguatkan hasil penelitian sebelumnya yang meneliti pengaruh perencanaan pajak, *Corporate Social Responsibility (CSR)* dan ukuran perusahaan terhadap praktek manajemen laba. Penelitian ini mengacu dari penelitian Wardani, K., D. & Santi, K., D. (2018). Penelitian ini menggunakan periode 2016-2018, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wardani, K., D. & Santi, K., D. (2018) menggunakan periode 2012-2018.

## 1.2 Rumusan Masalah

Pada latar belakang penelitian yang dikemukakan di atas, dijelaskan bahwa terdapat perbedaan hasil penelitian (*research gap*) mengenai pengaruh perencanaan pajak, pajak tangguhan dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Dimana ada yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak, pajak tangguhan dan ukuran perusahaan memiliki pengaruh terhadap manajemen laba, namun disisi lain adapula yang menunjukkan bahwa perencanaan pajak, pajak tangguhan dan ukuran perusahaan ternyata tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Apakah pengaruh pajak perencanaan terhadap praktek manajemen laba?
- 2) Apakah pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap praktek manajemen laba?
- 3) Apakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktek manajemen laba?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan pertanyaan penelitian diatas adalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktek manajemen laba.
2. Untuk menganalisis pengaruh *Corporate Social Responsibility (CSR)* terhadap praktek manajemen laba.
3. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktek manajemen laba.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1) Manfaat Akademisi

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan serta pemahaman yang lebih mendalam lagi mengenai perencanaan pajak, *corporate social responsibility* dan ukuran perusahaan yang dapat mempengaruhi signifikan pada manajemen laba, serta diharapkan penelitian ini mampu melengkapi penelitian-penelitian terdahulu dengan jumlah variabel yang berbeda dan semoga bisa digunakan sebagai bahan referensi untuk kegiatan penelitian yang selanjutnya.

2) Manfaat Praktisi

- Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini nantinya bisa digunakan sebagai acuan dan referensi oleh perusahaan dalam hal praktek manajemen laba. Dengan penelitian ini juga perusahaan dapat lebih mengikuti perkembangan mengenai perpajakan dan kebijakan pengungkapan kegiatan csr sehingga pelaporan keuangan dapat dilakukan dengan baik untuk kedepannya dan adanya transparansi.

- Bagi Pemerintah

Hasil dari penelitian ini nantinya digunakan sebagai acuan dan referensi oleh pemerintah dalam hal perpajakan dan CSR. Pemerintah akan mengantisipasi perusahaan yang berusaha membayar pajak secara

minim dan tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungan dengan mengeluarkan peraturan yang akan menjadi pertimbangan manajemen untuk melakukan perencanaan pajak dan mengungkapkan kegiatan csr. Sehingga pemerintah akan lebih banyak mendapatkan pajak yang cukup dari perusahaan dan perusahaan akan lebih banyak mengungkapkan indeks csr karena ada transparansi laporan keuangan.