

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Tingkat persaingan bisnis yang terjadi antar perusahaan semakin tinggi dan kuat. Dalam persaingan di pasar global perusahaan dituntut memiliki keunggulan yang kompetitif, mampu menghasilkan produk/jasa yang bermutu serta mampu mengelola keuangannya dengan baik, artinya dalam kebijakan pengelolaan keuangan harus menjamin keberlangsungan usaha perusahaan.

Pada suatu periode tertentu perusahaan dapat melakukan analisa kinerja keuangan yang menjadi salah satu proses pengukuran secara kritis terhadap data keuangan yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Perusahaan secara periodik tertentu mengeluarkan sebuah laporan perusahaan yang diberikan kepada pihak yang menanamkan saham maupun pemilik perusahaan, misalnya pemilik perusahaan, kreditor, pemerintah, dan pihak manajemen itu sendiri. Sebuah laporan keuangan perusahaan disajikan kepada pihak-pihak yang berkepentingan dengan tujuan memberikan informasi tentang kondisi keuangan.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi dalam meraih pangsa pasar adalah kinerja keuangan yang dimiliki oleh perusahaan. Penyusunan laporan keuangan oleh manajemen bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai kondisi keuangan dan ekonomi perusahaan pada periode tertentu. Manajemen perusahaan terkadang memberikan sinyal positif kepada pasar tentang kondisi perusahaannya. Oleh karena itu terdapat keinginan untuk menaikkan laba yang

dilaporkan kepada pihak eksternal. Didalam perusahaan, menurut Sumomba *et al* (2010:103) dalam Dewi dan Desifa (2018) manajemen sebagai pihak internal perusahaan memiliki kepentingan melakukan upaya untuk meningkatkan kualitas laba. Kualitas laba perlu diperhatikan karena laba merupakan parameter penting yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen.

Pada praktiknya terdapat beberapa pihak yang memiliki kepentingan berbeda di dalam sebuah perusahaan, seperti pemilik perusahaan, manajemen, maupun pemerintah (Dewi dan Desifa 2018). Dalam konteks ini pemilik perusahaan berkepentingan terhadap perkembangan modal yang ditanam, sementara pihak manajemen berkepentingan atas bonus (*reward*) yang akan diperolehnya.

Manajemen laba merupakan aktivitas manajerial untuk “memengaruhi” laporan keuangan baik dengan cara memanipulasi data atau informasi keuangan perusahaan maupun dengan cara pemilihan metode akuntansi yang diterima dalam prinsip akuntansi berterima umum, yang pada akhirnya bertujuan untuk memperoleh keuntungan perusahaan (Aditama 2013). Salah satu faktor penyebab adanya praktik manajemen laba di dalam perusahaan menurut teori agensi adalah karena terdapat perbedaan kepentingan antara pihak yang terkait (pemilik perusahaan, manajemen, dan pemerintah).

Kasus-kasus terkait manajemen laba diantaranya yaitu PT Kimia Farma yang pernah terlibat dalam masalah manajemen laba. PT Kimia Farma melakukan manipulasi laba yaitu dengan menaikkan jumlah barang persediaan, sehingga dalam pencatatan di laporan keuangan menghasilkan laba bersih yang overstated. Adapun perusahaan lain yang melakukan manipulasi laporan

keuangan di tahun 2018 yaitu PT Garuda Indonesia Tbk (GIAA). Pada 2018, GIAA mencatat laba bersih Rp11,33 miliar dan meningkat tajam dibanding tahun 2017 yang menderita rugi Rp3,03 miliar. Hal tersebut disebabkan karena manajemen Garuda Indonesia mengakui pendapatan dari PT Mahata sebesar US\$ 239.940.000, yang diantaranya sebesar US\$ 28.000.000 merupakan bagian dari bagi hasil yang didapat dari PT Sriwijaya Air. Padahal uang itu masih dalam bentuk piutang, namun diakui perusahaan masuk dalam pendapatan (Sugianto, 2019). Menurut Ekonom Indef Enny Sri Hartati perilaku yang dilakukan Garuda Indonesia termasuk manipulasi penyajian laporan keuangan, jika hal tersebut terungkap akan mempengaruhi citra perusahaan. Di sisi lain juga dapat menyebabkan berkurangnya kredibilitas laporan keuangan dimata penggunaannya. Tindakan manajemen laba tersebut mengakibatkan berkurangnya kualitas informasi laba dalam laporan keuangan dan dapat menyesatkan penggunaannya dalam pengambilan keputusan. Karena itu, sudah seharusnya pemerintah melakukan pengawas lebih ketat kepada komisaris dan direksi yang ditempatkan, selaku pemegang saham terbesar. Mengingat pentingnya laba yang berkualitas dalam sebuah perusahaan untuk pengambilan keputusan dan banyaknya kasus manipulasi laporan keuangan menyebabkan berkurangnya kualitas laba serta menjadikan manajemen laba sebagai isu yang menarik untuk diteliti.

Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor seperti GCG, ukuran perusahaan, reputasi auditor, struktur kepemilikan perusahaan, financial leverage, Tax Planning, CSR, dan masih banyak lagi faktor yang mempengaruhi

manajemen laba, salah satu yang dapat mempengaruhinya adalah ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah tingkat identifikasi kecil atau besarnya perusahaan. Perusahaan yang besar cenderung lebih diperhatikan oleh pihak-pihak eksternal sehingga manajemen akan lebih berhati-hati dalam mengelola keuangannya (Dewi dan Desifa 2018).

Perusahaan dalam menjalankan aktivitas usahanya tidak hanya beroperasi untuk kepentingan perusahaan saja, tetapi juga harus dapat bermanfaat bagi para stakeholder-nya seperti konsumen, pemegang saham, masyarakat, kreditor, pemerintah, dan pihak lain. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah suatu bentuk komitmen perusahaan kepada para stakeholder-nya dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasi perusahaan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan ini berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, melainkan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang.

CSR merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan melibatkan karakteristik sosial ke dalam produk dan operasional perusahaan, menerapkan praktik manajemen sumber daya manusia yang progresif, dan mencapai level kinerja yang lebih tinggi terhadap kepedulian akan lingkungan. Tujuan melakukan kegiatan CSR adalah untuk mendapatkan perhatian serta

kepercayaan dari masyarakat dalam memandang perusahaan tersebut. Hal ini akan berdampak positif kepada nilai perusahaan seiring dengan meningkatnya kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan tersebut. Sehingga fokus perusahaan selain memaksimalkan laba atau memperbaiki kinerja finansial, perusahaan juga dituntut untuk melakukan kegiatan CSR dan mengungkapkannya agar dapat memberikan dampak positif terhadap lingkungan dan menambah nilai perusahaan. Peningkatan nilai perusahaan sangat penting bagi pemilik perusahaan dan *stakeholder* untuk melihat kemampuan perusahaan karena nilai perusahaan menggambarkan keadaan perusahaan.

Penelitian terhadulu mengenai ukuran perusahaan dan *corporate social responsibility* telah banyak dilakukan contohnya Hery (2019) dalam penelitian berjudul Pengaruh Komite Audit, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Dan Penyajian *Other Comprehensive Income* Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Properti Indonesia menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba namun dalam penelitian Dewi dan Desifa (2018) dengan judul Pengaruh *Tax Planning*, Ukuran Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Manajemen Laba mengemukakan bahwa dari hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba sedangkan *Corporate Social Responsibility* (CSR) berpengaruh positif terhadap manajemen laba, Marisa, Susi, dan Veny (2018) dengan penelitian berjudul Pengaruh *Corporate Social Responsibility* Terhadap Manajemen Laba Dengan *Leverage* Dan *Growth* Sebagai Variabel kontrol Pada

Industri Farmasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia mengemukakan bahwa hasil penelitian menunjukkan *Corporate social responsibility* memiliki pengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba.

Indonesia sudah menjadi basis industri manufaktur terbesar se-ASEAN dengan kontribusi mencapai 20,27% pada perekonomian skala nasional. Perkembangan industri manufaktur di Indonesia saat ini mampu menggeser peran *commodity based* menjadi *manufacture based*. Pemerintah berupaya untuk melakukan transformasi perekonomian agar lebih fokus pada proses perkembangan industri non migas. Bursa Efek Indonesia (BEI) membagi sektor perusahaan manufaktur di Indonesia dibagi menjadi 3 kelompok besar yaitu : Sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri dan sektor industri barang konsumsi. Sedangkan sub sektornya di bagi menjadi 20.

Sub sektor kosmetik dan rumah tangga merupakan bagian dari sektor industri barang dan konsumsi, salah satu industri yang pertumbuhannya patut diperhitungkan saat ini adalah industri kosmetik, Kemenperin mencatat, pada tahun 2017, industri kosmetik nasional tumbuh mencapai 6,35 persen dan naik menjadi 7,36 persen di triwulan I/2018, di samping itu, industri kosmetik di dalam negeri bertambah sebanyak 153 perusahaan pada tahun 2017, sehingga total saat ini mencapai lebih dari 760 perusahaan. Dari total tersebut, sebanyak 95 persen industri kosmetik nasional merupakan sektor industri kecil dan menengah (IKM) dan sisanya industri skala besar.

CSR pada perusahaan manufaktur sub sektor kosmetik dan rumah tangga tentunya terus dilakukan untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat akan keberadaan perusahaan dan menunjukkan bahwa perusahaan ikut serta pada pengembangan lingkungan sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan mengingat sektor kosmetik dan rumah tangga merupakan industri yang menghasilkan produk yang banyak digunakan masyarakat dari semua kalangan.

Berdasarkan latar belakang yang dipaparkan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH UKURAN PERUSAHAAN DAN *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN SUB SEKTOR KOSMETIK DAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BEI TAHUN 2015-2018”**

B. Perumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penulis mencoba untuk merumuskan masalah dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih fokus, terarah dan tidak meluas peneliti membatasi masalah yang ada dalam tugas akhir ini. Adapun batasan-batasan tersebut adalah:

1. Hanya membahas pengaruh ukuran perusahaan dan *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba, tidak membahas faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi manajemen laba
2. Pedoman pelaporan keberlanjutan GRI G4 yang dipakai hanya pengungkapan standar khusus saja, tidak mencakup pengungkapan standar umum
3. Penelitian hanya dilakukan pada perusahaan sub sektor kosmetik dan rumah tangga yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018 tidak membahas perusahaan sektor industri lain.

D. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba
2. Mengetahui *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai tambahan pengetahuan bagi literatur akuntansi mengenai pengaruh ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan bahwa kepemilikan, ukuran perusahaan, dan *corporate social responsibility* merupakan faktor penting dalam menentukan apakah perusahaan melakukan manajemen laba.

F. Kerangka Penulisan Skripsi

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, Batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan kerangka penulisan skripsi

BAB II : LANDASAN TEORI DAN PENGEMBANGAN

Bab ini menguraikan tentang landasan teori, tinjauan Pustaka/hasil penelitian terdahulu serta pengembangan hipotesis

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan bagaimana penelitian ini akan dilakukan, sumber dan jenis data yang akan digunakan, dari mana populasi akan diambil dan berapa sampel yang akan digunakan, variabel penelitian, metode pengumpulan data, pengujian instrumen, serta metode analisa data.

BAB IV: HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai gambaran umum objek penelitian, hasil dari semua alat uji yang digunakan serta pengujian hipotesis.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dari hasil pembahasan penelitian dan saran saran kepada pihak-pihak terkait mengenai hasil dari penelitian yang telah dilakukan.