

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu kondisi ekonomi yang menjadi perhatian bagi para mahasiswa dan praktisi di bidang akuntansi dan manajemen adalah manajemen laba. Hal ini biasanya terkait dengan tindakan pembuat laporan keuangan atau manajer perusahaan. Meningkatnya perhatian masyarakat terhadap pengungkapan informasi yang akurat disebabkan oleh banyaknya aktivitas perusahaan dalam manajemen laba. Perusahaan akan meyakinkan pemangku kepentingan dengan mengungkapkan tanggung jawaban sosialnya sebagai bentuk pertahanan terhadap risiko yang dapat merusak reputasi perusahaan.

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja.

Kementerian Perindustrian mencatat, sepanjang tahun 2018, industri makanan dan minuman mampu tumbuh sebesar 7,91 persen atau melampaui pertumbuhan ekonomi nasional di angka 5,17 persen. Bahkan, pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang di triwulan IV-2018 naik sebesar 3,90 persen terhadap triwulan IV-2017, salah satunya disebabkan oleh meningkatnya produksi industri minuman yang mencapai 23,44 persen. Industri makanan menjadi salah satu sektor yang menopang peningkatan nilai

investasi nasional, yang pada tahun 2018 menyumbang hingga Rp56,60 triliun. Realisasi total nilai investasi di sektor industri manufaktur sepanjang tahun lalu mencapai Rp222,3 triliun.

Muncul berbagai perusahaan yang mulai tumbuh dan berkembang di sektor industri manufaktur sehingga persaingan antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain semakin ketat. Oleh karena itu, untuk menghadapi tuntutan bisnis perusahaan harus memiliki strategi dalam bersaing agar perusahaan tidak bangkrut dan tetap bisa bersaing ditengah persaingan barang-barang yang diproduksi. Strategi yang dilakukan adalah dengan meningkatkan manajemen laba.

Manajemen laba dapat dengan mudah dilakukan oleh para manajer ketika peraturan yang ditetapkan oleh pemerintah itu berubah-ubah seperti yang terjadi ketika pemerintah mengeluarkan UU No. 36 tahun 2008 yang menggantikan UU sebelumnya. Pajak menurut pasal 1 angka 1 UU No.6 tahun 1983 sebagaimana telah di sempurnakan terakhir dengan UU No. 28 tahun 2007 tentang ketentuan umum dan tata cara perpajakan adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan UU. Dengan tidak mendapat timbalbalik secara langsung dan di gunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Setelah UU tersebut diterbitkan banyak para manajer melakukan manajemen laba seperti yang telah dibuktikan oleh para peneliti-peneliti terdahulu.

Scott (2011) “Manajemen laba adalah pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari Standar Akuntansi Keuangan yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan”. Manajemen laba tidak selalu mengarah pada manipulasi laba yang menunjukkan indikasi kecurangan yang dilakukan oleh pihak manajemen, akan tetapi lebih mengarah kepada usaha manajemen untuk menaikkan atau menurunkan laba sesuai batasan yang diperbolehkan, artinya dengan menggunakan metode-metode akuntansi yang dianggap paling menguntungkan perusahaan.

Sulistyanto (2008) Manajemen laba dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan, sebab pada komponen akrual dapat dilakukan permainan angka melalui metode akuntansi yang digunakan sesuai dengan keinginan orang yang melakukan pencatatan dan penyusunan laporan keuangan. Komponen akrual merupakan komponen yang tidak memerlukan bukti kas secara fisik sehingga mempermainkan besar kecilnya komponen akrual tidak harus disertai dengan kas yang diterima atau dikeluarkan perusahaan.

Fungsi asli laporan keuangan adalah sebagai informasi utama bagi pemangku kepentingan dan digunakan oleh para manajer untuk memberikan informasi menyesatkan kepada mereka. Tujuan manajer melakukan hal ini berguna mengurangi beban pajak dan menarik investor untuk berinvestasi di perusahaan tempat mereka beroperasi.

Meningkatnya perhatian masyarakat terhadap pengungkapan informasi yang akurat disebabkan oleh banyaknya praktik manajemen laba yang

diterapkan oleh perusahaan. Biasanya perusahaan akan meyakinkan pemangku kepentingan dengan mengungkapkan tanggung jawab sosial yang akan menjadi bentuk pertahanan terhadap risiko yang dapat merusak reputasi perusahaan.

Beberapa tahun terakhir telah banyak perusahaan yang menyadari akan pentingnya menerapkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai bagian dari strategi bisnis. Penerapan tanggungjawab sosial semakin mendapatkan perhatian oleh kalangan pelaku usaha karena meningkatnya kontrol sosial dan tindakan kritis dari masyarakat. Sesuai dengan Undang-Undang No. 40 tahun 2007 (Pasal 74 ayat 1) tentang Perseroan Terbatas, disebutkan bahwa perseroan yang bidang usahanya terkait dengan sumber daya alam diwajibkan untuk melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan. Perusahaan dihimbau untuk bertanggungjawab terhadap pihak yang lebih luas tidak hanya pada kelompok pemegang saham dan kreditur saja.

Karena perusahaan manufaktur memiliki andil cukup besar dalam kerusakan lingkungan, baik sebelum maupun setelah melakukan eksploitasi apalagi perusahaan manufaktur di sub sektor makanan dan minuman. Perusahaan manufaktur sangat berkaitan dengan sumberdaya alam, selain itu perusahaan manufaktur juga mengolah bahan mentah menjadi bahan jadi. Karena proses produksinya itu perusahaan manufaktur memberikan limbah yang sangat besar pada lingkungannya. Oleh sebab itu, perusahaan manufaktur sangat penting menerapkan *Corporate Social Responsibility*.

Perusahaan yang melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan mengungkapkannya kedalam laporan keuangan akan memperoleh manfaat berupa citra positif dari di masyarakat maupun investor. Citra positif dari kegiatan serta pelaporan *Corporate Social Responsibility* tersebut dapat menjadikan peluang bagi manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba karena secara tidak langsung investor maupun pengguna laporan keuangan lainnya telah memberikan penilaian yang baik pada perusahaan (Wardani & Santi, 2018).

Berbeda menurut Setiawan, et.al, (2019) yang menyatakan bahwa “*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan sebuah tindakan etis dalam dunia bisnis. Dengan itu perusahaan akan membuat laporan keuangan yang baik kepada para pemegang saham”. Hal lain karena manajer tidak hanya bekerja untuk menghasilkan kualitas keuangan tetapi juga tujuan sosial (Setiawan, Prabowo , Arnita, & Wibawa, 2019).

Ada pandangan bahwa perusahaan manufaktur mempengaruhi lingkungan lebih besar dibandingkan dengan perusahaan non-manufaktur. Perusahaan manufaktur perlu lebih berpartisipasi dalam tanggung jawab sosial untuk meningkatkan reputasi dan meningkatkan hubungan dengan pemangku kepentingan. Perusahaan ternama cenderung mengungkapkan tanggung jawab sosialnya lebih banyak (Jitaree, 2015).

Selain pengungkapan sosial, manajemen laba juga harus memperhatikan masalah lain yaitu diversifikasi perusahaan. Perkembangan perekonomian di Indonesia bisa dilihat dengan semakin bertambahnya jumlah perusahaan yang

melakukan ekspansi, salah satunya dengan cara melakukan diversifikasi. Seiring perkembangan waktu dan dunia bisnis, ekspansi usaha yang dilakukan suatu perusahaan melalui diversifikasi ini tidak hanya semata-mata dilakukan dengan melakukan diversifikasi terhadap industri bisnis tempat dimana perusahaan tersebut awalnya menggeluti bisnisnya (diversifikasi industrial), melainkan juga diversifikasi secara geografis ke daerah atau bahkan negara yang berbeda-beda (diversifikasi geografis).

Harto (2005) “Diversifikasi merupakan strategi pengembangan usaha melalui perluasan segmen bisnis maupun geografis, diversifikasi dapat dilakukan dengan membuka lini usaha baru, memperluas lini produk yang ada, memperluas wilayah pemasaran produk, membuka kantor cabang, melakukan merger akuisisi dan lainnya”. Jadi ketika perusahaan melakukan diversifikasi, maka akan semakin meningkat sumber dana yang dapat diperoleh perusahaan yang nantinya akan berpengaruh terhadap manajemen laba. Akan tetapi jika diversifikasi yang dilakukan perusahaan menjadi kurang optimal karena manajer yang melakukan diversifikasi cenderung untuk mengarahkan diversifikasi sesuai dengan kepentingannya.

Mehdi dan Seboui (2011) Penelitian tersebut menghasilkan salah satu kesimpulan yang sejalan dengan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan oleh Lim et al. (2007) yaitu perusahaan yang terdiversifikasi rata-rata lebih cenderung melakukan manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan dengan ukuran serupa yang terfokus pada satu bidang bisnisnya. Hal tersebut bisa terjadi karena semakin tinggi tingkat diversifikasi suatu perusahaan maka

tingkat transparansi nya akan cenderung semakin menurun. Translasi akun-akun dan konsolidasi merupakan beberapa faktor yang bisa menurunkan transparansi suatu perusahaan kepada pihak eksternal. Dan penurunan transparansi inilah yang mengakibatkan semakin meningkatnya pelaksanaan manajemen laba dalam suatu perusahaan.

Namun, penelitian Jiraporn et al. (2005) menunjukkan bahwa diversifikasi industrial akan mengurangi kecenderungan terjadinya manajemen laba. Masih terdapatnya perbedaan hasil penelitian ini merupakan salah satu motivasi perlunya dikaji hubungan antara diversifikasi dengan manajemen laba.

Sebagai agen, manajemen dapat melakukan tindakan-tindakan yang merugikan bagi kepentingan pemilik atau prinsipal secara keseluruhan dan dapat juga merugikan kepentingan perusahaan dalam jangka panjang. Pemilik perusahaan memberi wewenang kepada pengelola dana dan membuat keputusan perusahaan lainnya atas nama pemilik. Dengan wewenang ini, pengelola tidak boleh bertindak demi kepentingan pemilik karena perbedaan kepentingan. Kebebasan mengelola perusahaan dapat menimbulkan kemungkinan penyalahgunaan kekuasaan dan bahaya moral.

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan perusahaan manufaktur sebagai objek penelitian. Perusahaan manufaktur terbagi menjadi tiga sector, pada masing-masing sektor akan memberikan kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Ketiga sektor tersebut merupakan industri barang dan konsumsi, aneka industri, dan industri dasar dan kimia. Salah satu yang paling menonjol dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia

pada tahun 2018 yaitu sektor industri barang dan konsumsi. Sektor ini memberikan kontribusi sebesar 56% (Ambaranie, 2018). Dalam perusahaan manufaktur industri barang konsumsi khususnya sektor makanan dan minuman yang menopang perekonomian nasional ditengah ketidakpastian perekonomian dunia karena sektor ini memberikan kontribusi yang cukup signifikan pada pertumbuhan ekonomi Indonesia. Fenomena yang terjadi dimana industri sektor makanan dan minuman di Indonesia saat ini masih menjadi salah satu andalan dalam penopang pertumbuhan manufaktur dan ekonomi nasional. Menurut Airlangga Hartarto (Menteri Perindustrian), mengatakan bahwa sektor makanan dan minuman terlihat dari kontribusinya yang konsisten serta signifikan terhadap produk domestik bruto industri non-minyak dan gas serta peningkatan realisasi investasi.

Perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman digunakan dalam penelitian ini, karena perusahaan tersebut merupakan perusahaan yang produknya sering dikonsumsi oleh orang banyak dan mampu bertahan dalam kondisi kebijakan model apapun, sehingga seburuk apapun kebijakan yang di buat hampir pasti produk perusahaan ini tetap dibeli dan diminati oleh konsumen. Apabila kegiatan produksi tersebut mengalami masalah beberapa waktu maka hal tersebut dianggap berita buruk bagi perusahaan karena proses produksinya memerlukan waktu yang relatif cepat. Untuk itu perusahaan harus memperkuat faktor internal agar tetap dapat berkembang dan bertahan, salah satu usaha untuk memperkuat faktor internalnya adalah dengan mengelola beban pajak tangguhan dengan baik.

Banyak penelitian yang melatar belakangi penelitian ini, diantaranya yaitu penelitian dari Arief (2014) dengan judul “Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap Manajemen Laba (Studi kasus Pada Perusahaan Non Keuangan dan Jasa yang Terdaftar di BEI tahun 2010-2012)” menjelaskan bahwa pengungkapan sosial memiliki hubungan positif terhadap manajemen laba dan tidak memberi pengaruh yang signifikan.

Penelitian Ermayanti (2016) dengan judul “Pengungkapan Sosial, Diversifikasi Perusahaan, dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur di BEI” menjelaskan bahwa variabel independen yang digunakan tidak semuanya memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

Berdasarkan penjelasan tersebut, jadi penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “PENGUNGKAPAN SOSIAL DAN DIVERSIFIKASI PERUSAHAAN TERHADAP MANAJEMEN LABA PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR DI BURSA EFEK INDONESIA PADA TAHUN 2018-2020”

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dikemukakan sebelumnya, maka rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah pengaruh pengungkapan sosial secara parsial terhadap manajemen laba perusahaan manufaktur di Indonesia?

2. Apakah pengaruh diversifikasi perusahaan secara parsial terhadap manajemen laba perusahaan manufaktur di Indonesia?
3. Apakah pengaruh pengungkapan sosial dan diversifikasi perusahaan secara simultan terhadap manajemen laba perusahaan manufaktur di Indonesia?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ingin diteliti oleh peneliti, maka tujuan penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan sosial secara parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur di Indonesia.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh diversifikasi perusahaan secara parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur di Indonesia.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pengungkapan sosial dan diversifikasi perusahaan secara simultan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur di Indonesia.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Investor

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pertimbangan dalam menilai perusahaan karena kegiatan CSR yang dilakukan perusahaan terkadang berasal dari adanya praktik manajemen laba.

2. *Bagi Stakeholder*

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi peringatan kalau kewajiban pengungkapan sosial dan diversifikasi perusahaan perlu diikuti dan diawasi, sehingga perusahaan dapat lebih bertanggungjawab.

3. *Bagi Peneliti*

Penelitian ini diharapkan bisa memberi nilai tambah, yaitu berupa ilmu yang menyangkut masalah pengungkapan sosial dan diversifikasi perusahaan terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur.

4. *Bagi Peneliti Selanjutnya*

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi tambahan ilmu bagi kemajuan akademis dan menjadi referensi untuk penelitian berikutnya.