

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan kondisi bisnis saat ini yang berkembang pesat dan kompleks memicu persaingan antara perusahaan yang semakin sengit mendorong manajemen perusahaan untuk memberikan kinerja terbaik. Untuk menghadapi dinamika bisnis dan persaingan yang ketat, manajemen harus terus meningkatkan efisiensi dan efektivitas operasional perusahaan guna mencapai tujuan utamanya yaitu mengoptimalkan laba yang diperoleh. Kondisi tersebut membuat para manajer menyajikan laporan informasi laba yang tidak sesuai dengan kenyataannya, situasi tersebut disebut sebagai praktik manajemen laba (Lubis dan Suryani, 2018). Para akademis beragumen bahwa pada dasarnya manajemen laba merupakan dampak dari kebebasan seorang manajer untuk memilih dan menggunakan metode akuntansi tertentu ketika mencatat dan menyusun informasi dalam laporan keuangan sehingga menguntungkan pihak perusahaan.

Kinerja manajemen dalam sebuah perusahaan bisa di evaluasi melalui pencapaian pendapatan laba yang telah diperoleh. Dengan menggunakan penilaian kinerja manajemen melalui laporan pendapatan, mendorong manajemen untuk mencapai hasil keuangan yang telah direncanakan. Menurut Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No. 1 dalam (Irfan dan Deannes, 2019) menyatakan bahwa analisis laba menjadi fokus utama dalam mengevaluasi kinerja atau akuntabilitas manajemen. Apabila manajemen tidak berhasil mencapai target pendapatan yang telah ditentukan mereka dapat menjalankan tindakan yang sesuai dengan prinsip-prinsip akuntansi untuk mengatasi situasi tersebut.

Manajemen laba merujuk pada usaha untuk memodifikasi, menyembunyikan, serta mengelola angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan melalui manipulasi metode dan prosedur akuntansi yang diterapkan oleh suatu perusahaan (Sulistiyanto S, 2008:15). Terdapat klasifikasi dalam upaya yang dilakukan oleh suatu manajemen suatu perusahaan untuk memanipulasi laba perusahaan baik yaitu secara sah maupun tidak sah. Tindakan yang sah melibatkan upaya untuk mempengaruhi angka laba sesuai dengan aturan yang ditetapkan dalam standar

akuntansi bisa berupa perubahan metode akuntansi serta penyesuaian periode pendapatan atau biaya. Manajemen laba yang tidak sah atau dikenal *financial fraud*, perusahaan secara tidak sah melaporkan transaksi pendapatan atau biaya dengan cara fiktif, seperti menambah atau mengurangi nilai transaksi. Tindakan semacam ini dapat menyesatkan para *stakeholder* dalam menilai kinerja perusahaan.

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan praktik manajemen laba, yang pertama adalah *social corporate responsibility* (CSR). *corporate social responsibility* atau biasa dikenal dengan tanggung jawab sosial adalah suatu prinsip dimana perusahaan diharapkan berpartisipasi dalam upaya untuk melindungi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara luas sebagai bagian dari tanggung jawab perusahaan (Rofiah, 2021). Bertanggung jawab secara sosial dan lingkungan dalam konteks ini merujuk kepada perusahaan dalam menghadapi konsekuensi negatif yang timbul akibat aktifitas operasionalnya. Mengacu pada penelitian yang dilakukan (Santi dan Wardani, 2018) CSR memiliki pengaruh yang menguntungkan bagi perusahaan karena perusahaan yang aktif dalam kegiatan CSR akan mendapatkan citra positif di pandangan masyarakat ataupun investor. Hal itu berbanding terbalik dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Rahmawardani dan Muslichah, 2020) bahwa CSR berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. CSR harus mendapat dukungan dari masyarakat berupa laporan keuangan yang lebih terpercaya dan tidak dimanipulasi.

Faktor kedua yang dapat mempengaruhi manajemen laba adalah profitabilitas. Profitabilitas yang diprosikan dengan *return on asset* yang diteliti oleh (Felicia & Natalylova, 2022) menunjukkan bahwa adanya pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba. *Return on asset* (ROA) diduga berpengaruh terhadap manajemen laba karena jika tingkat profitabilitas yang tinggi saat ini membuat peluang penurunan profitabilitas dimasa depan semakin besar, sehingga kinerja perusahaan terlihat kurang stabil yang pada akhirnya membuat perusahaan melakukan manajemen laba. Rasio profitabilitas merupakan suatu ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya suatu perusahaan yang dapat mempengaruhi investor untuk berinvestasi. Tingkat profit yang tinggi yang stabil dapat memberikan keyakinan pada investor untuk melakukan investasi karena perusahaan dinilai baik dalam

menghasilkan laba. Sehingga hal ini dapat menjadi motivasi bagi manajer perusahaan untuk melakukan manajemen laba yang diperoleh.

Faktor ketiga yang mendorong perusahaan melakukan praktik manajemen laba adalah perencanaan pajak (*tax planning*). Perencanaan pajak adalah proses manajemen keuangan strategis yang dilakukan oleh wajib pajak untuk meminimalkan kewajiban pajak bisnis perusahaan. Sangat penting bagi perusahaan untuk terlibat dalam perencanaan pajak karena pajak merupakan biaya yang signifikan bagi perusahaan. Sebuah perusahaan dapat melakukan perencanaan pajak dengan mempertimbangkan potensi risiko yang mungkin timbul dari strategi perencanaan pajak dan sejalan dengan potensi keuntungan yang dapat diperoleh.

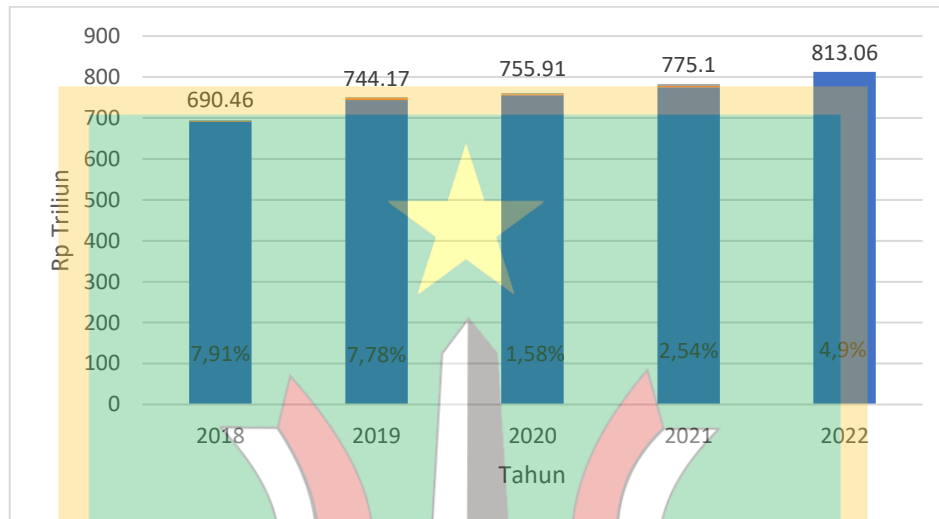
Menurut (Ramadhani & Haryati, 2023) ukuran perusahaan dianggap berperan penting, karena semakin besar skala atau ukuran perusahaan, semakin mudah perusahaan dapat mengakses sumber pendanaan baik yang berasal dari internal maupun eksternal. Ukuran perusahaan dapat diukur dari total aset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar jumlah aset yang dimiliki oleh suatu perusahaan, semakin besar juga fleksibilitas yang dimiliki oleh manajemen perusahaan dalam mengelola dan menggunakan aset tersebut untuk meningkatkan laba yang mereka kelola. Selain itu, ukuran perusahaan juga dapat mempengaruhi struktur pendanaan yang ada didalam manajemen perusahaan.

Industri makanan dan minuman merupakan sektor yang menyediakan layanan penyajian makanan dan minuman untuk konsumen. Industri tersebut fokus pada penyediaan jasa profesional dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan melalui berbagai usaha seperti restoran, kafe, dan sejenisnya. Makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar manusia yang mendukung kelangsungan hidup. Oleh sebab itu, industri tersebut telah mencatat pertumbuhan pendapatan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia menjadi salah satu negara dengan pertumbuhan ekonomi paling cepat, khususnya di sektor makanan dan minuman. Hal itu menimbulkan peningkatan jumlah penduduk dan permintaan terhadap konsumsi makanan dan minuman. Fenomena itu dipicu oleh kecenderungan masyarakat Indonesia yang lebih cenderung mengkonsumsi makanan dan minuman cepat saji, yang pada akhirnya mendorong munculnya perusahaan baru di sektor makanan dan

minuman. Berikut ini adalah gambar dari pertumbuhan produk domestik bruto pada industri makanan dan minuman dari tahun 2018 sampai tahun 2022.

Gambar 1. 1

Pertumbuhan Industri Makanan dan Minuman di Indonesia



Sumber : Badan Pusat Statistik diolah penulis (2023)

Data diatas merupakan data perkembangan produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman tahun 2018-2022. Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat atas dasar harga konstan (ADHK) industri makanan dan minuman sebesar Rp. 813,06 triliun pada tahun 2022. Nilai tersebut naik 4,90 % dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar Rp. 775.10 triliun. Pertumbuhan industri paling lambat terjadi pada tahun 2020 ketika terjadinya pandemi Covid-19 di Indonesia yakni hanya sebesar 1,58% atau sekitar Rp. 755,91 triliun. Sebelum pandemi Covid-19 melanda, pertumbuhan industri selalu naik diatas 7% (Karnadi, 2022).

Fenomena manajemen laba merupakan hal umum bagi perusahaan, seperti yang terjadi pada kasus PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). Dirut AISA Lim Aung Seng dan Direktur AISA Ernest Alto terlibat kasus penggelembungan laba perusahaan. Berdasarkan hasil laporan keuangan yang dilaporkan sepanjang 2019 mencapai Rp 1,13 triliun, padahal sebelumnya ditahun 2018 masih merugi sebesar Rp 123,43 milyar. Dari kasus tersebut PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) terancam diusir dari BEI. Beberapa kasus lain yang terjadi terkait dengan praktik

manajemen laba yaitu pada PT. Lippo Tbk, PT. Kimia Farma Tbk, kemudian PT. Garuda Indonesia Tbk (Sumber : www.cncbindonesia.com).

Tabel 1. 1
Research Gap

Research Gap	Nama Peneliti	Hasil Penelitian
Perbedaan hasil penelitian pengaruh variabel <i>Corporate Social Responsibility</i> Terhadap Manajemen Laba	Santi & Wardani (2018)	Berpengaruh
	Rahmawardani dan Muslichah (2020)	Tidak Berpengaruh
Perbedaan hasil penelitian pengaruh variabel Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba	Kania Paramitha, (2020)	Berpengaruh
	Fandriani & Tunjung, (2019)	Tidak Berpengaruh
Perbedaan hasil penelitian pengaruh variabel Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba	Lucy Devitasari (2022)	Berpengaruh
	Achyani dan Lestari (2019)	Tidak Berpengaruh

Sumber : Data diolah penulis, 2023

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, telah teridentifikasi beberapa faktor yang dapat mempengaruhi manajemen laba. Beberapa diantaranya melibatkan pengungkapan *corporate social responsibility*, profitabilitas dan perencanaan pajak. Namun, sangat sedikit penelitian yang telah menjelaskan secara komprehensif bagaimana ketiga faktor tersebut mempengaruhi manajemen laba dan hasil penelitian sebelumnya yang menunjukkan hasil bervariasi.

Oleh karena itu, peneliti bermaksud untuk melakukan kembali penelitian mengenai manajemen laba dengan judul “**PENGARUH PENGUNGKAPAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR), PROFITABILITAS DAN PERENCANAAN PAJAK TERHADAP MANAJEMEN LABA DENGAN UKURAN PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERASI PADA PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUB SEKTOR INDUSTRI MAKANAN DAN MINUMAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2019-2022**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah *corporate social responsibilty* (CSR) berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba?
5. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi profitabilitas terhadap manajemen laba?
6. Apakah ukuran perusahaan dapat memoderasi perencanaan pajak terhadap manajemen laba?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris berdasarkan kajian dan temuan tentang pengaruh :

- a. Pengungkapan *corporate social responsibilty* (CSR) terhadap manajemen laba.
- b. Profitabilitas terhadap manajemen laba.
- c. Perencanaan pajak terhadap manajemen laba.

- d. Ukuran perusahaan memoderasi *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba.
- e. Ukuran perusahaan memoderasi profitabilitas terhadap manajemen laba.
- f. Ukuran perusahaan memoderasi perencanaan pajak terhadap manajemen laba.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Penelitian yang dilakukan peneliti dengan harapan dapat memberikan kegunaan dan menjawab permasalahan yang ada. Disamping itu penelitian ini mempunyai dua kegunaan yakni kegunaan teoritis dan kegunaan praktis yang mana hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR), Profitabilitas dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba dengan Ukuran Perusahaan Sebagai Variabel Moderasi pada perusahaan pada perusahaan makanan & minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

2. Kegunaan Praktis

a) Bagi Perusahaan

Dari Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan masukan bagi manajemen perusahaan terkait dengan isu faktor yang mempengaruhi manajemen laba, baik faktor pendukung maupun faktor penghambatnya.

b) Bagi Investor

Dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan bagi calon investor sebagai bahan evaluasi dan sumber informasi sebelum melakukan investasi pada perusahaan dengan melihat kinerja perusahaan.

c) Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat menjadi referensi ilmiah, bahan acuan dan pokok pemikiran tentang Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dan Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba dengan Ukuran Perusahaan sebagai Variabel Moderasi.