

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Perkembangan dalam dunia bisnis sekarang ini telah menuntut setiap perusahaan untuk dapat menciptakan keunggulan kompetitif dalam bidang usahanya. Pemanfaatan sumber daya perusahaan yang efisien dan efektif dalam menjalankan kegiatan operasional dapat membantu perusahaan untuk memenangkan kompetisi persaingan dalam pasar. Oleh sebab itu, perusahaan cenderung akan selalu menunjukkan kinerja yang baik. Salah satu alat ukur yang dapat digunakan untuk mengetahui kinerja perusahaan adalah besarnya angka laba yang diperoleh. Angka laba yang semakin tinggi dari tahun ke tahun dapat diasumsikan bahwa perusahaan mampu mengelola sumber dayanya secara maksimal untuk memperoleh keuntungan. Laporan keuangan menjadi perhatian utama bagi penggunanya untuk mengambil keputusan sehingga laporan keuangan harus disajikan dengan benar sesuai standar akuntansi keuangan yang berlaku. Tujuan umum laporan keuangan adalah untuk memberikan informasi tentang posisi keuangan, kinerja dan arus kas perusahaan kepada para pengguna laporan keuangan untuk digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan serta menunjukkan pertanggung jawaban manajemen atas penggunaan sumber-sumber daya yang dipercayakan pada mereka (Kabesa, 2020).

Ketika menganalisis laporan keuangan pihak internal dan eksternal, laba sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan, seperti pemberian kompensasi dan pembagian bonus kepada manajer, pengukuran kinerja atau kinerja manajemen, dan dasar penentuan besarnya pajak. Oleh karena itu, kualitas laba menjadi fokus bagi investor, kreditur, penanggung jawab kebijakan akuntansi, pemerintah dalam hal ini Direktorat Jenderal Pajak Astutik & Mildawati (2016). Adanya kecenderungan stakeholders untuk

memperhatikan laporan laba, yang dapat memotivasi manajer untuk merencanakan strategi tertentu agar laporan yang dihasilkan sesuai dengan harapan stakeholders, salah satunya adalah manajemen laba.

Manajemen laba adalah suatu metode yang digunakan oleh manajer atau pembuat laporan keuangan untuk mengelola informasi yang berkaitan dengan pendapatan dari kepentingan pribadi. Watts & Zimmerman (1990), Healy & Wahlen (1999) mengungkapkan bahwa manajemen laba muncul ketika manajer mempertimbangkan penyusunan laporan keuangan yang dapat menghasilkan asimetri informasi bagi pihak yang kepentingan tentang kondisi nyata di dalam perusahaan dalam Susanto (2017). Upaya manipulasi informasi melalui praktik manajemen laba menjadi faktor utama yang menyebabkan laporan keuangan tidak lagi mencerminkan nilai-nilai inti perusahaan. Oleh karena itu, rekayasa laporan keuangan menjadi isu sentral sebagai sumber penyalahgunaan informasi yang merugikan *stakeholders*. Sehingga informasi yang dikirimkan terkadang tidak diterima sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Ketika perusahaan gagal mencapai laba yang diharapkan, dapat menyebabkan manajer melakukan praktik yang tidak sehat di dalam perusahaan, seperti manajemen laba Astutik & Mildawati (2016).

(Rahdal, 2017) menyatakan bahwa salah satu motivasi manajemen laba adalah mengelabui kinerja ekonomi yang sebenarnya, dan itu dapat terjadi karena terdapat ketidak simetrian informasi antara manajemen dan para pemegang saham suatu badan usaha. Motivasi manajemen laba lainnya adalah mempengaruhi penghasilan (telah diatur dalam kontrak) yang bergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan dengan asumsi bahwa manajemen memiliki kepentingan pribadi dan kompensasinya didasarkan pada laba akuntansi. Adanya hubungan antara manajemen laba dengan pemilihan metode akuntansi, maka manajemen laba dapat diartikan sebagai perilaku manajer untuk bermain dengan

komponen akrual diskresioner dalam menentukan besarnya laba perusahaan. Pratiwi (2017) mengungkapkan bahwa dilihat dari sisi lain, manajemen perusahaan berusaha untuk menerapkan kinerja keuangan yang baik dengan memaksimalkan keuntungan perusahaan yang dilaporkan kepada pemegang saham dan pihak eksternal lainnya. Pengelolaan hasil yang dilakukan oleh manajemen ini bertujuan untuk kepentingan internal perusahaan. Ada tiga motivasi bagi perusahaan untuk melakukan manajemen laba, yaitu untuk menghindari penurunan laba, menghindari kerugian, dan menghindari kegagalan peramalan yang dibuat oleh analis.

Perusahaan adalah suatu organisasi yang dibentuk oleh sekelompok orang yang bekerja untuk mencapai suatu tujuan, yaitu untuk memperoleh laba atau keuntungan yang sebesar-besarnya serta kesejahteraan para pemegang saham perusahaan. Dalam menjalankan operasinya, perusahaan secara berkala menyiapkan laporan keuangan untuk pihak-pihak yang berkepentingan, seperti pemegang saham, investor, dan pemerintah. Laporan keuangan berfungsi sebagai sumber informasi yang digunakan untuk menilai kinerja perusahaan. Perusahaan *food and beverage* adalah perusahaan yang bergerak dibidang industri makanan dan minuman. Di Indonesia, perusahaan makanan dan minuman berkembang pesat, hal ini terlihat dari semakin banyaknya perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia dari satu periode ke periode lainnya. Alasan dipilihnya sektor industri makanan dan minuman adalah karena saham – sahamnya merupakan sektor yang paling tahan terhadap krisis mata uang atau ekonomi, dibandingkan dengan sektor lainnya karena dalam keadaan krisis atau tidak, beberapa produk makanan dan minuman tetap dibutuhkan, karena produk tersebut merupakan kebutuhan pokok bagi masyarakat konsumen di seluruh Indonesia (Astuti *et al.*, 2017).

Kasus terkait praktik manajemen laba pernah terjadi pada salah satu perusahaan manufaktur sub sektor Makanan dan Minuman yaitu PT. Ades Alfindo di Indonesia. Kasus ini terungkap ketika manajemen baru PT. Ades menemukan inkonsistensi pencatatan atas penjualan periode 2001-2004. Sebelumnya pada Juni 2004 terjadi perubahan manajemen di PT. Ades dengan masuknya *Water Partners Bottling Co.* (perusahaan patungan *The Coca Cola Company* dan *Nestle SA*) dengan kepemilikan saham sebesar 65,07persen. Pemilik baru inilah yang berhasil menemukan adanya inkonsistensi pencatatan dalam laporan keuangan periode 2001-2004 yang dilakukan oleh manajemen lama. Inkonsistensi pencatatan terjadi antara 2001 dan kuartal kedua 2004. Hasil penelusuran menunjukkan untuk setiap kuartal angka penjualan lebih tinggi antara 0,6-3,9 juta galon dibandingkan angka produksi. Hal ini tentu tidak logis karena tidak mungkin orang menjual lebih banyak dari yang diproduksi. Manajemen Ades baru melaporkan angka penjualan riil pada 2001 diperkirakan lebih rendah Rp. 13 miliar dari yang dilaporkan. Pada 2002, perbedaannya mencapai Rp. 45 miliar, sedangkan untuk 2003 sebesar Rp. 55 miliar. Untuk enam bulan pertama 2004, selisihnya kira-kira hampir Rp. 2 miliar. Kesalahan tersebut uput dari pengamatan publik karena PT. Ades tidak memasukkan volume penjualan dalam laporan keuangan yang telah diaudit. Akibatnya, laporan keuangan yang disajikan PT. Ades pada 2001 dan 2004.

kasus di atas dapat disimpulkan bahwa kasus praktik manajemen laba bukanlah hal yang baru dalam perkembangan perekonomian di dunia. Tindakan manajemen laba dilakukan agar laporan keuangan perusahaan selalu terlihat baik sehingga para investor tidak memberikan pandangan yang buruk dan akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut. Maka diperlukan edukasi kepada para investor untuk lebih memahami apa itu manajemen laba, serta berbagai elemen yang dapat mempengaruhi manajemen laba, agar investor tidak salah langkah dalam melakukan kegiatan investasinya di lantai bursa saham. Manajemen selaku agen yang berusaha lebih mengutamakan kepentingan

pribadinya terlebih dahulu, dengan mengorbankan kepentingan pemilik selaku prinsipal mencerminkan perilaku oportunistik dari manajemen tersebut. Konflik kepentingan antara kedua belah pihak (manajemen dan pemilik) muncul dikarenakan masing-masing pihak berusaha memaksimalkan utilitasnya Amertha (2013). Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba diantaranya adalah perencanaan pajak, biaya pajak tangguhan, ukuran perusahaan dan *leverage*.

Perencanaan pajak merupakan salah satu cara yang dapat digunakan Wajib Pajak dalam mengelola perpajakan badan atau penghasilan, namun perlu diperhatikan bahwa perencanaan pajak yang dimaksud adalah perencanaan pajak tanpa melanggar konstitusi atau Undang-Undang Perpajakan yang berlaku Astutik & Mildawati (2016). Perencanaan pajak adalah kemampuan yang dimiliki oleh Wajib Pajak (WP) untuk menyelenggarakan kegiatan keuangan guna memperoleh beban pajak yang seminimal mungkin. Secara teori, perencanaan pajak dikenal sebagai perencanaan pajak yang efektif, dimana seorang wajib pajak berusaha untuk memperoleh penghematan pajak melalui prosedur penghindaran pajak secara sistematis sesuai dengan ketentuan Undang-Undang Perpajakan (Fitriany 2016). Perencanaan pajak pada umumnya tertuju pada suatu proses untuk memanipulasi usaha dan transaksi wajib pajak sehingga kewajiban pembayaran pajak serendah mungkin tetapi tetap dalam lingkup peraturan perpajakan. Dalam penelitian ini, perencanaan pajak diukur dengan menggunakan rumus tingkat retensi pajak, yang melihat ukuran efektivitas pengelolaan pajak dalam laporan keuangan perusahaan untuk tahun berjalan. Wild et al (2004) dalam (Achyani & Lestari 2019).

Ukuran efektivitas pengelolaan pajak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah ukuran efektivitas perencanaan pajak. Penelitian Ulfa (2013) dalam Astutik & Mildawati (2016) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen

laba. Salah satu langkah dalam perencanaan pajak adalah mengatur jumlah laba yang dilaporkan sehingga termasuk dalam indikasi praktik manajemen laba. Hasil penelitian Aditama & Purwaningsih (2014) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh signifikan dan positif terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang bergerak di sektor makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. Putra (2017) Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa perencanaan pajak tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Biaya pajak tangguhan menurut Scott dalam Rahayu (2014) Biaya pajak tangguhan adalah biaya yang timbul dari perbedaan temporer antara laba akuntansi yaitu laba dalam laporan keuangan untuk kepentingan pihak ketiga dan laba pajak yang digunakan sebagai dasar perhitungan pajak. Biaya Pajak Tangguhan adalah jumlah pajak penghasilan yang terutang atau terpulihkan pada tahun berikutnya sebagai akibat dari perbedaan temporer yang dapat dikurangkan dari sisa kompensasi kerugian yang dapat dikompensasikan. Hasil penelitian Astutik & Mildawati (2016) menunjukkan bahwa biaya pajak tangguhan berpengaruh signifikan dan positif terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang bergerak pada industri makanan dan minuman di Bursa Efek Indonesia. hasil penelitian sejalan dengan Suputra n.d (2017), Biaya pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian Timuriana *et al* (2015) Biaya pajak tangguhan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Ukuran perusahaan adalah penggolongan suatu perusahaan menjadi perusahaan besar dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan disini sangat mempengaruhi terjadinya manajemen laba karena semakin besar suatu perusahaan harus dapat memenuhi harapan investor atau pemegang saham. Besar kecilnya perusahaan akan mempengaruhi struktur pembiayaan perusahaan. Perusahaan cenderung membutuhkan dana yang lebih besar dari pada perusahaan kecil. Hasil penelitian Enong *et al* (2018) Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian Medyawati & Dayanti (2016) menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen

laba. Hasil penelitian Lestari *et al* (2018) Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan tujuan untuk meningkatkan keuntungan pemegang saham. Perusahaan yang menggunakan *leverage* dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih tinggi dari pada biaya tetapnya. Hasil penelitian Astuti *et al* (2017) *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2013 -2015. Naftalia & Marsono, (2013) Hasil penelitian menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian Jao & Pagalung (2011) *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

Alasan peneliti pertama menambah variabel *leverage* karena dapat membantu investor dalam menganalisis besarnya proporsi hutang terhadap modal sendiri sehingga dapat memberikan petunjuk tentang kelayakan investasi saham pada perusahaan. *leverage* disebut juga sebagai salah satu penyebab manajemen laba, dengan adanya *leverage* hal itu dapat menunjukkan seberapa besar aset perusahaan yang dibiayai oleh utang. *Leverage* merupakan rasio antara total kewajiban dengan total aset. Semakin besar tingkat *leverage* berarti semakin tinggi nilai utang perusahaan. Alasan peneliti kedua menambah variabel Ukuran perusahaan dianggap mampu mempengaruhi manajemen laba, karena semakin besar ukuran atau skala perusahaan maka akan semakin mudah pula perusahaan memperoleh sumber pendanaan baik yang bersifat internal maupun eksternal.

Perbedaan dalam penelitian ini adalah menggunakan penelitian yang berbeda dengan penelitian sebelumnya, yaitu penelitian terhadap perusahaan manufaktur yang digunakan pada sektor makanan dan minuman yang terdaftar di BEI pada tahun 2016-2021. Selain itu, data terbaru digunakan selama periode penelitian, memberikan gambaran terkini tentang situasi perusahaan untuk mendapatkan hasil yang relevan dengan keadaan saat ini. Dalam penelitian ini, peneliti mengacu pada penelitian Astutik & Mildawati (2016) Pengaruh Perencanaan pajak dan biaya pajak tangguhan terhadap manajemen laba. Dua variabel tambahan yang membedakan dengan peneliti sebelumnya mengacu pada penelitian Mahawyaharti & Budiasih (2016) asimetri informasi *leverage* dan ukuran perusahaan pada manajemen laba. Jadi, total variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah empat variabel bebas dan perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada periode penelitian sebelumnya hanya tiga tahun 2014-2016 sedangkan penelitian dari peneliti 2016-2021. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis mengambil judul penelitian Pengaruh Perencanaan Pajak, Biaya Pajak Tangguhan, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba (Studi pada perusahaan *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016 - 2021).

1.2 RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, penulis mencoba mengidentifikasi permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. Apakah perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba?
2. Apakah biaya pajak tangguhan berpengaruh terhadap manajemen laba?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah sebelumnya, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk Menganalisis pengaruh perencanaan pajak terhadap Manajemen Laba
- 2) Untuk Menganalisis pengaruh biaya pajak tangguhan terhadap Manajemen Laba
- 3) Untuk Menganalisis pengaruh ukuran perusahaan terhadap Manajemen Laba
- 4) Untuk Menganalisis pengaruh *leverage* terhadap Manajemen Laba

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Hasil penelitian dapat memberikan manfaat untuk :

1. Manfaat teoretis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya dalam hal pengaruh perencanaan pajak, biaya pajak tangguhan, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap manajemen laba. . Penelitian ini juga diharapkan dapat dijadikan tambahan informasi dan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini juga diharapkan mampu memberi informasi dan pemahaman mengenai pengaruh perencanaan pajak, biaya pajak tangguhan, ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang bergerak pada bidang *food and beverage* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Singga dapat dijadikan acuan bagi perusahaan untuk menyajikan informasi yang lebih berkualitas stakeholder.

