

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, laba suatu perusahaan menjadi parameter utama para investor dan kreditor. Informasi mengenai laba sering kali menjadi sasaran manajemen dalam merekayasa laporan keuangan sehingga muncul kecenderungan tindakan oportunitas manajemen dalam memaksimalkan keuntungan perusahaan. Manajemen laba dilakukan dengan memilih metode atau kebijakan akuntansi untuk menaikkan laba atau menurunkan laba. Manajemen akan menggeser laba periode yang akan datang ke periode sekarang untuk menaikkan laba dan menggeser laba periode masa sekarang ke periode berikutnya untuk menurunkan laba (Minanari & Rahayu, 2020; Yatulhusna, 2015). Sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh Sulisyanto tentang manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk menaikkan atau menurunkan laba pada periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan atau penurunan keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang (Triyana, Wiharno, & Nurfatimah, 2020).

Praktek manajemen laba di dorong oleh keinginan manajer untuk melindungi perusahaan dalam menghadapi situasi-situasi yang tidak sesuai, seperti menutupi kesulitan keuangan (financial distress). Oleh karena itu untuk mengatasi permasalahan tersebut pihak manajemen perusahaan harus

menyajikan laporan keuangan yang sejalan dengan standar akuntansi yang berlaku secara umum (SAK). Namun di Indonesia masih terjadi kasus praktik manajemen laba pada beberapa perusahaan yang mana manajemen laba juga merupakan suatu kegiatan yang memiliki unsur kesengajaan dan dilakukan oleh pihak manajemen untuk memenuhi kepentingan perusahaan. Oleh sebab itu kebijakan yang dapat di ambil oleh perusahaan terkait praktik manajemen laba tersebut seharusnya tidak menyimpang dari prinsip Akuntansi Yang Berterima Umum (PABU). Manajemen laba membawa pengaruh negative dan cenderung menyesatkan bagi pengguna informasi dalam pelaporan keuangan (Gayatri & Pria J, 2016; Linasmi, 2017). Namun menurut Mulford dan Comiskey, manajemen laba juga dapat diartikan sebagai manipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya. Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen) (Gayatri & Pria J, 2016).

Perusahaan juga akan melakukan berbagai cara atau strategi untuk menarik para investor untuk dapat menanam modal pada perusahaannya. Salah satu cara yang dapat menarik minat investor adalah dengan memperlihatkan konsistensi pencapaian laba perusahaan. Selain itu ada beberapa upaya juga yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga konsistensi laba antara lain yaitu melalui kebijakan deviden, pertumbuhan perusahaan dan dengan melalui pengungkapan CSR.

Kebijakan Deviden juga dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga konsistensi manajemen laba. Menurut Achmad kebijakan deviden merupakan salah satu motivasi manajer untuk melakukan manajemen laba dengan pola menurunkan laba (Turot, 2019). Oleh karena itu kebijakan untuk membagikan deviden pada perusahaan ditentukan oleh para pemegang saham dalam rapat umum pemegang saham (RUPS). Perusahaan dengan tingkat kemampuan laba yang tinggi dan prospek kedepan yang cerah, mampu untuk membagikan deviden. Banyak perusahaan yang selalu mengkomunikasikan bahwa perusahaannya memiliki prospek kedepan yang cerah dan mampu untuk mempertahankan tingkat kebijakan deviden yang telah ditetapkan pada periode sebelumnya. Tujuan utama investor dalam kebijakan deviden agar mendapatkan return dari investasi dalam bentuk capital gain atau deviden (Turot, 2019). Dalam penelitian Putri dalam (Hasty & Herawaty, 2017) mengatakan bahwa deviden tidak memiliki relevansi karena semakin tinggi deviden, maka semakin tinggi praktik manajemen laba yang terjadi. Sehingga keuntungan modal yang diterima oleh pemegang saham semakin rendah. Berbeda halnya dengan pendapat Kurniawati dalam (Ruwanti, Adel, & Ra'aina., 2019) tentang kebijakan deviden yang mengatakan bahwa kebijakan deviden yang harus diambil oleh manajemen untuk memutuskan apakah laba yang diperoleh perusahaan selama satu periode akan dibagi semua atau dibagi sebagian untuk deviden dan sebagian lagi tidak dibagi dalam bentuk laba ditahan. Nilai coefficient bertanda negatif yang ada pada kebijakan deviden menandakan bahwa semakin tinggi deviden payout ratio maka akan ada

pengawasan yang dilakukan oleh investor pada pihak manajemen hal ini menyebabkan pihak manajemen sulit melakukan tindakan manajemen laba

Selain kebijakan deviden, pertumbuhan perusahaan juga mempengaruhi konsistensi manajemen laba suatu perusahaan. Pertumbuhan dapat dikatakan sebagai perubahan peningkatan atau penurunan total penjualan yang diperoleh oleh perusahaan. Pertumbuhan perusahaan dapat digunakan sebagai suatu tolak ukur keberhasilan suatu emiten. Dengan tingkat pertumbuhan yang rendah akan mendorong menejer untuk menaikkan laba perusahaan sehingga pertumbuhan perusahaan akan terlihat bagus dan dapat menarik minat investor untuk berinvestasi. Sedangkan Hal ini sesuai dengan pendapat (Purbandari & Immanuela, 2018) menyatakan bahwa pertumbuhan perusahaan terhadap manajemen laba memiliki pengaruh positif. Ketika perusahaan berada dalam fase bertumbuh, maka perusahaan tersebut akan lebih cenderung untuk menaikkan laba. Hal tersebut bertujuan agar pihak investor tertarik dan tetap menginvestasikan dananya dalam perusahaan. Hal berbeda di kemukakan oleh Saputri dalam (D. E. Wijayanti & Triani, 2020) yang mengatakan bahwa pertumbuhan perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Dimana ketika laba yang dihasilkan perusahaan rendah, maka akan membuat investor untuk menaikkan laba perusahaan sehingga pertumbuhan perusahaan juga terlihat bagus dan dapat membuat minat investor untuk berinvestasi naik. Maka dari itu melalui pertumbuhan perusahaan, kebijakan deviden dan pengungkapan CSR merupakan upaya perusahaan dalam menjaga konsistensi manajemen laba (Auliyah, Zaputri, &

Yuliana, 2018). Dimana pengertian manajemen laba secara ringkas menurut Defond, 1997 adalah upaya yang dilakukan oleh oleh manajemen untuk perataan pendapatan dimana pendapatan yang dilaporkan dalam laporan keuangan bukanlah pendapatan yang diperoleh dari periode itu saja, akan tetapi merupakan perataan pendapatan baik untuk periode sekarang maupun untuk periode yang akan datang (Turot, 2019).

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan menyadari bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) juga penting sebagai salah satu upaya yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam menjaga konsistensi laba. Pengungkapan CSR dipilih sebagai media Intervening karena kegiatan CSR merupakan bagian dari tata kelola perusahaan yang baik yang diharapkan mampu memperkuat hubungan kebijakan deviden dan pertumbuhan perusahaan terhadap manajemen laba (Riska, Dewi, & Putri, 2017), (SETYAHADI & NARSA, 2020).

Basamalah dan Jernias dalam (Dewi & Puteri, 2017) mengemukakan bahwa salah satu alasan manajemen melakukan pelopor sosial adalah untuk alasan strategis, meskipun belum bersifat mandatory, tetapi dapat dikatakan bahwa hampir semua perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia sudah mengungkapkan informasi mengenai CSR dalam laporan tahunan. CSR juga membawa pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Ricardo et al (2015:7), dan Prasetya et al (2015:533) dalam (Santi & Wardani, 2018) juga menyatakan bahwa CSR berpengaruh negatif pada manajemen laba. Perusahaan memiliki tujuan tersendiri dalam melakukan CSR untuk

memperoleh keunggulan kompetitif contohnya seperti memenuhi ketentuan kontrak pinjaman, memenuhi ekspektasi masyarakat serta untuk menarik investor. Namun kegiatan CSR akan menimbulkan biaya politik yang cenderung mendorong dan menimbulkan peluang bagi perusahaan dalam melakukan praktik manajemen laba. Sehingga tindakan CSR yang dilakukan oleh perusahaan hanya digunakan untuk menutupi tindakan manajemen labanya (Dewi & Puteri, 2017; Kamaliah, 2020; Suwarno, Rahmawati, Djuminah, Muthmainah, & Rinawati, 2020). Dalam penelitian Kartini mengatakan ada 5 asumsi dasar dalam kegiatan CSR yaitu perusahaan beroperasi baik di domain bisnis maupun domain CSR, utilitas pemangku kepentingan maupun fungsi dari level output sosial yang ditentukan oleh pemangku kepentingan, masing-masing kelompok pemangku kepentingan memiliki fungsi utilitas, output sosial dari suatu perusahaan diasumsikan bersifat independen dan reward bagi perusahaan yang diperoleh melalui tindakan para pemangku kepentingan (ALEXANDER & PALUPI, 2020).

Tabel 1. 1

Manajemen Laba Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2020

No	Kode Perusahaan	2018	2019	2020
1	ADES	-0,002479263	0,000688136	-0,004291666
2	AISA	0,476614853	-0,027533606	-0,025544098
3	ALTO	-0,000111333	-0,001164935	-0,001549893
4	BTEK	0,005546021	-0,000808835	-0,006925558
5	BUDI	-0,000279272	-0,001853422	0,000967862
6	CAMP	0,004591136	-0,002586254	-0,013123751

7	CEKA	-0,110955536	-0,055984691	0,00233498
8	DLTA	0,001931056	0,0063004	-0,015940251
9	FOOD	-0,01317762	0,000511741	-0,023270524
10	GOOD	-0,310654625	0,00146549	0,271831169
11	HOKI	0,006051959	-0,003597006	-0,001897476
12	ICBP	0,000157183	-0,000354909	0,008099049
13	IKP	-0,00089478	0,001705887	-0,001145832
14	INDF	0,00085669	-0,000321613	0,002944324
15	MGNA	-0,004244516	-0,024356596	-0,002071398
16	MLBI	0,004249875	0,070814094	-0,043008991
17	MYOR	-0,002175616	0,001480098	0,007362375
18	PANI	0,12395605	-0,000010366	-0,003758351
19	PSDN	-0,000782344	-0,006941598	0,0017033
20	ROTI	0,002179274	0,004122121	-0,005401552
21	SKBM	0,007420147	0,004737663	0,010480817
22	SKLT	0,017884681	0,004481556	-0,007236133
23	STTP	0,003653786	0,002227361	-0,003455625
24	TBLA	0,00873762	-0,002467866	0,006666874
25	ULTJ	0,001192351	0,003553123	-0,001797838
26	FAST	-0,002123145	0,008191367	0,004010859
27	SIPD	0,006261092	0,014059432	0,005597281
28	COCO	0,053172992	0,052057802	0,018184823
29	PTSP	-9,28827E-05	-0,006156705	-0,001912888
30	PCAR	0,052424596	0,009863954	-0,048172043
31	CLEO	0,000977773	-0,00197361	-0,000319345

Sumber data : www.idx.co.id / (diolah)

Berdasarkan tabel 1.1 data manajemen laba perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018 – 2020 terlihat bahwa laba perusahaan dari tahun 2018 – 2020 mengalami penurunan atau

kenaikan laba. Sebagai contoh Terlihat pada perusahaan ADES laba pada tahun 2018 bernilai negative yaitu sebesar -0,002479263 kemudian laba perusahaan ADES naik pada tahun 2019 menjadi 0,000688136 dan pada tahun 2020 laba perusahaan ADES turun lagi menjadi -0,004291666. Pada perusahaan AISA laba tahun 2018 sebesar 0,476614853 , kemudian pada tahun 2019 turun mejadi -0,027533606 dan pada tahun 2020 turun kembali menjadi -0,025544098. Pada perusahaan ALTO laba tahun 2018 sebesar -0,000111333, kemudian naik pada tahun 2019 menjadi -0,001164935, dan pada tahun 2020 naik lagi menjadi -0,001549893. Pada perusahaan BTEK laba pada tahun 2018 sebesar 0,005546021, kemudian laba pada tahun 2019 turun menjadi -0,000808835 dan pada tahun 2020 laba perusahaan BTEK naik kembali menjadi -0,006925558. Pada perusahaan BUDI laba tahun 2018 sebesar -0,000279272, kemudian pada tahun 2019 lab perusahaan BUDI naik lagi menjadi -0,001853422, lalu pada tahun 2020 laba perusahaan BUDI naik lagi menjadi 0,000967862. Pada perusahaan CAMP laba tahun 2018 sebesar 0,004591136 kemudian turun menjadi -0,002586254 pada tahun 2019 dan pada tahun 2020 naik kembali sehingga lab menjadi -0,013123751. Untuk perusahaan CEKA laba pada tahun 2018 sebesar -0,110955536, pada tahun 2019 turun menjadi -0,055984691 dan pada tahun 2020 laba perusahaan CEKA naik menjadi 0,00233498. Pada perusahaan DLTA laba tahun 2018 sebesar 0,001931056, kemudian naik pada tahun 2019 menjadi 0,0063004 kemudian turun pada tahun 2020 menjadi -0,015940251. Pada perusahaan FOOD laba tahun 2018 sebesar -0,01317762 kemudian naik pada tahun 2019

menjadi 0,000511741 dan pada tahun 2020 laba turun menjadi -0,023270524. Pada perusahaan GOOD laba tahun 2018 sebesar -0,310654625, kemudian naik pada tahun 2019 menjadi 0,00146549 dan pada tahun 2020 naik kembali menjadi 0,271831169. Pada perusahaan HOKI laba tahun 2018 sebesar 0,006051959, kemudian turun pada tahun 2019 menjadi -0,003597006 dan turun lagi pada tahun 2020 menjadi -0,001897476. Pada perusahaan ICBP laba tahun 2018 sebesar 0,000157183, kemudian tahun 2019 turun menjadi -0,000354909 dan pada tahun 2020 naik kembali menjadi 0,008099049. Pada perusahaan IIKP laba tahun 2018 sebesar -0,00089478, tahun 2019 naik menjadi 0,001705887 dan turun pada tahun 2020 sebesar -0,001145832. Lalu pada perusahaan INDF laba tahun 2018 sebesar 0,00085669, kemudian pada tahun 2019 turun menjadi -0,000321613 dan pada tahun 2020 naik menjadi 0,002944324. Pada perusahaan MGNA laba tahun 2018 sebesar -0,004244516, kemudian pada tahun 2019 naik sebesar -0,024356596 dan pada tahun 2020 turun menjadi -0,002071398. Pada perusahaan MLBI laba tahun 2018 sebesar 0,004249875 naik menjadi 0,070814094 tahun 2019 dan turun menjadi -0,043008991 tahun 2020. Pada perusahaan MYOR laba tahun 2018 sebesar -0,002175616 naik menjadi 0,001480098 pada tahun 2019 dan naik lagi menjadi 0,007362375 pada tahun 2020. Pada perusahaan PANI laba tahun 2018 sebesar 0,12395605 turun menjadi -0,000010366 pada tahun 2019 dan naik kembali menjadi -0,003758351 pada tahun 2020. Pada perusahaan PSDN laba tahun 2018 sebesar -0,000782344 naik menjadi -0,006941598 pada tahun 2019 dan naik lagi menjadi 0,0017033 tahun 2020. Pada

perusahaan ROTI laba tahun 2018 sebesar 0,002179274 naik menjadi 0,004122121 pada tahun 2019 dan turun pada tahun 2020 menjadi -0,005401552. Pada perusahaan SKBM laba tahun 2018 sebesar 0,007420147 kemudian turun menjadi 0,004737663 tahun 2019 dan naik kembali menjadi 0,010480817 pada tahun 2020. Pada perusahaan SKLT laba tahun 2018 sebesar 0,017884681 turun menjadi 0,004481556 pada tahun 2020. Pada perusahaan STTP laba tahun 2018 sebesar 0,003653786 turun menjadi 0,002227361 pada tahun 2019 dan turun menjadi -0,003455625 tahun 2020. Pada perusahaan TBLA laba tahun 2018 sebesar 0,00873762 turun menjadi -0,002467866 tahun 2019 dan naik kembali menjadi 0,006666874 tahun 2020. Pada perusahaan ULTJ laba tahun 2018 sebesar 0,001192351 naik menjadi 0,003553123 tahun 2019 dan turun menjadi -0,001797838 tahun 2020. Pada perusahaan FAST laba tahun 2018 sebesar -0,002123145 naik menjadi 0,008191367 tahun 2019 dan turun kembali menjadi 0,004010859 tahun 2020. Pada perusahaan SIPD laba tahun 2018 sebesar 0,006261092 naik menjadi 0,014059432 tahun 2019 dan turun menjadi 0,005597281. Pada perusahaan COCO laba tahun 2018 sebesar 0,053172992 turun menjadi 0,052057802 tahun 2019 dan turun lagi menjadi 0,018184823. Pada perusahaan laba tahun 2018, 2019 dan 2020 sebesar -9,29E-05, turun menjadi -0,006156705, dan turun kembali menjadi -0,001912888 tahun 2020. Pada perusahaan PCAR laba tahun 2018 sebesar 0,052424596, turun menjadi 0,009863954 tahun 2019 dan turun kembali menjadi -0,048172043 tahun 2020. Pada perusahaan CLEO laba tahun 2018 sebesar 0,000977773 turun menjadi -0,00197361

tahun 2019 dan turun lagi menjadi -0,000319345 tahun 2020. . Dapat disimpulkan bahwa laba pada perusahaan makanan dan minuman yang terdaftar di BEI periode 2018-2020 mengalami kenaikan dan penurunan terhadap laba atau berfluktuasi sehingga fenomena ini merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis terdorong untuk melakukan penelitian terkait **“Pengaruh Kebijakan Deviden Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Dengan Pengungkapan CSR Sebagai Variabel Intervening (Study Kasus Pada Perusahaan Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di BEI Tahun 2018-2020)”**

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan melihat latar belakang yang telah dipaparkan di atas maka dapat didefinisikan beberapa masalah antara lain :

1. Adanya kenaikan dan penurunan laba sehingga manajemen laba perlu melakukan pemelihan metode dan kebijakan akuntansi untuk mengatasi kenaikan dan penurunan laba tersebut.
2. Terjadinya situasi situasi sulit dalam perusahaan seperti kesulitan menutupi keuangan atau financial distress, sehingga perusahaan harus menyajikan laporan keuangan yang sejalan dengan standar akuntansi yang berlaku secara umum (SAK).
3. Adanya upaya atau strategi perusahaan untuk menarik para investor untuk dapat menanam modal pada perusahaannya.

4. Manajemen laba membawa pengaruh negative dan cenderung menyesatkan bagi pengguna informasi dalam pelaporan keuangan
5. Manajemen laba timbul sebagai dampak dari masalah keagenan yang terjadi karena adanya ketidakselarasan kepentingan antara pemilik perusahaan (prinsipal) dan manajemen (agen)
6. Nilai coefficient bertanda negatif yang ada pada kebijakan deviden menandakan bahwa semakin tinggi deviden payout ratio maka akan ada pengawasan yang dilakukan oleh investor pada pihak manajemen hal ini menyebabkan pihak manajemen sulit melakukan tindakan manajemen laba.
7. CSR berpengaruh negatif pada manajemen laba.
8. Adanya pengaruh negatif pertumbuhan perusahaan terhadap manajemen laba
9. kebijakan dividen berpengaruh negatif signifikan pada manajemen laba. Kebijakan dividen berpengaruh negatif pada manajemen laba yang berarti bahwa semakin tinggi dividend payout ratio maka manajemen akan semakin melakukan manajemen laba
10. deviden tidak memiliki relevansi karena semakin tinggi deviden, maka semakin tinggi praktik manajemen laba yang terjadi. Sehingga keuntungan modal yang diterima oleh pemegang saham semakin rendah

1.3 Batasan Masalah

Agar penulis tidak menyimpang dan mengambang dari tujuan yang semula direncanakan sehingga mempermudah mendapatkan data dan

informasi yang diperlukan, maka penulis menetapkan batasan – batasannya yaitu Pengaruh Kebijakan Deviden (X1) dan Pertumbuhan Perusahaan (X2) terhadap Manajemen Laba (Y) dengan Pengungkapan CSR (Z) sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Perusahaan Makanan dan Minuman yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2020).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan yang akan dinahas sebagai berikut

1. Bagaimana pengaruh kebijakan deviden (X1) terhadap Pengungkapan CSR (Z)?
2. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan (X2) terhadap pengungkapan CSR (Z) ?
3. Bagaimana pengaruh kebijakan deviden (X1) terhadap manajemen laba?
4. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan (X2) terhadap manajemen laba?
5. Bagaimana pengaruh pengungkapan CSR (Z) terhadap manajemen laba (Y)?
6. Bagaimana pengaruh kebijakan deviden (X1) terhadap manajemen laba (Y) dengan pengungkapan CSR (Z) sebagai variabel intervening?
7. Bagaimana pengaruh pertumbuhan perusahaan (X2) terhadap manajemen laba (Y) dengan pengungkapan CSR (Z) sebagai variabel intervening ?

1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kebijakan deviden terhadap pengungkapan CSR
2. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap pengungkapan CSR
3. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kebijakan deviden terhadap manajemen laba
4. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap manajemen laba
5. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh pengungkapan CSR terhadap manajemen laba
6. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh kebijakan deviden terhadap manajemen laba dengan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening
7. untuk mengetahui dan menganalisis seberapa besar pengaruh pertumbuhan perusahaan terhadap manajemen laba dengan pengungkapan CSR sebagai variabel intervening

1.5.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis terhadap permasalahan yang diteliti.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan ilmu pengetahuan dalam bidang ekonomi secara umum dan akuntansi dan manajemen secara khusus yang terkait dengan manajemen laba dalam suatu perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen dalam membuat keputusan mengenai penerapan manajemen laba. Karena penerapan manajemen laba pada suatu perusahaan merupakan fenomena yang sudah tersebar dikalangan masyarakat umum sehingga kenyataan tersebut akan berpengaruh pada krisisnya kepercayaan masyarakat pada laporan yang dihasilkan oleh perusahaan
- b. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi para investor dalam mempertimbangkan keputusan yang berkaitan dengan penanaman investasi yang akan dilakukan pada perusahaan. Terutama dalam menilai kualitas laba perusahaan. Diharapkan bahwa investor mampu melakukan

analisis yang mendalam mengenai keadaan perusahaan karena dikhawatirkan tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan menyimpang dari hal yang wajar sehingga dikemudian hari dapat membahayakan investor yang berinvestasi di perusahaan tersebut.