

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Nilai perusahaan dapat tercermin dari harga saham, dimana berdasarkan data investasi dalam keputusan investor digunakan untuk mengurangi dampak kerugian atas investasi yang telah ditanamkan kepada perusahaan agar tidak terjadi manipulasi informasi (Sualeman, 2019). Semakin tinggi harga saham suatu perusahaan, semakin tinggi juga nilai suatu perusahaan. Nilai perusahaan yang tinggi akan meningkatkan kepercayaan pasar tidak hanya terhadap kinerja perusahaan tetapi juga pada prospek perusahaan dimasa yang akan datang. Nilai perusahaan yang tinggi merupakan harga yang bersedia dibayar para investor.

Perusahaan dinilai baik atau buruk akan tergambar dari para pemegang saham, dimana nilai perusahaan dapat dikatakan baik apabila nilai perusahaan tersebut tinggi yang mampu memaksimalkan kemakmuran pemegang saham dengan tingkat penegembalian yang tinggi. Sebaliknya nilai perusahaan yang dinilai buruk apabila perusahaan terus mengalami kerugian pada setiap periodenya (Sa'diyah & Hermanto, 2017). Menurut (Jonathan & Machdar, 2018) nilai perusahaan merupakan suatu hal yang penting yang dilakukan dalam perusahaan, karena nilai perusahaan merupakan tujuan utama bagi perusahaan. Memaksimumkan nilai perusahaan sangat penting dilakukan oleh suatu perusahaan, dimana dengan memaksimalkan nilai perusahaan tentunya akan maksimalnya tujuan utama perusahaan (Purnama, 2020).

Pada dasarnya dalam proses memaksimalkan nilai perusahaan, akan ada konflik antara kepentingan manajer dengan pemegang saham. Hal ini terjadi karena manajer lebih mengutamakan kepentingan pribadi, sedangkan pemegang saham lebih mementingkan kepentingan perusahaan. Manajer akan melakukan penambahan biaya bagi perusahaan yang akan menyebabkan penurunan keuntungan yang akan berpengaruh terhadap harga saham sehingga dapat menyebabkan turunya nilai perusahaan (Nurhasanatang et al., 2020).

Menurut (Ng & Daromes, 2016) memaksimalkan nilai perusahaan juga dapat dikatakan mampu memaksimalkan stakeholder. Semakin tinggi nilai perusahaan akan memberikan kemakmuran yang semakin besar kepada pemilik perusahaan. Perusahaan-perusahaan *gopublic*, nilai perusahaan direfleksikan melalui harga saham. Harga saham diperoleh dari para investor yang ingin menanamkan modalnya pada suatu perusahaan, oleh sebab itu harga saham dapat dijadikan sebagai proksi nilai perusahaan (Syapruddin & Prasetianingrum, 2016).

Fenomena yang terjadi terkait dengan nilai perusahaan adalah perusahaan Salim Group yang bergerak di bisnis sektor barang konsumsi yang diperkirakan memiliki prospek bagus. Beberapa tahun terakhir Salim Group menambah asset lewat akuisisi saham dan ekspansi bisnis. Pada tahun 2014 Holding usaha yang Salim Group, PT Indofood Sukses Makmur Tbk (INDF) memperoleh penjualan bersih Rp63,59 triliun naik 14,3 persen dibandingkan penjualan 2013. Pencapaian menghasilkan laba bersih 3,89 triliun naik 55,2 persen dari tahun 2013. Kemampuan perusahaan dalam menjaga labanya memberikan sinyal positif terhadap nilai perusahaannya. Menurut analisis investasi Group Salim dan Astra

sangat likuid sehingga menarik untuk investasi jangka panjang. Selain itu pada Tahun 2018 Salim Group juga mengandeng Madco untuk akuisisi 60 persen saham Hyflux Ltd dari Singapura. Perusahaan mengambil pendekatan jangka panjang untuk menambah nilai perusahaan di mata investor (Binsasi & Kartika, 2018).

Fenomena lain yang berhubungan dengan nilai perusahaan adalah kasus PT Fast Food Indonesia Tbk (FAST). Jelang akhir tahun 2016 perusahaan merealisasi pencairan utang dari pasar lewat penerbitan obligasi. Rencana perusahaan mengelola resto cepat saji KFC di Tanah air dengan surat utang 200 Miliar. Dana tersebut digunakan untuk mengembangkan usaha dan ekspansi. Pembayaran bunga lancar selama periode 2016-2017. FAST akhirnya memperoleh pertumbuhan laba bersih 55.79 persen dengan pendapatan perseroaan tercatat Rp2,31 triliun atau naik 11,05 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Hal ini direspon oleh pasar dengan meningkatnya harga saham perusahaan yang menunjukkan peningkatan nilai perusahaan (Quddus & Cicilia, 2018).

Dari fenomena tersebut (Handini et al., 2017) menyebutkan bahwa, nilai perusahaan dapat ditinjau dari tingkat keberhasilan yang diperoleh perusahaan dalam mengelolah sumber daya yang memberikan persepsi bagi investor sebagai penilaian kinerja perusahaan. Indikator penting bagi investor dalam penilaian perusahaan melalui kinerja perusahaan yang dapat dilihat dalam pertumbuhan laba. Manajemen bertanggung jawab penuh terhadap pertanggung jawaban langsung terhadap laba. Pentingnya memaksimalkan nilai perusahaan sangat penting bagi suatu perusahaan, dengan semakin maksimalnya nilai perusahaan maka tujuan utama perusahaan juga akan maksimal. Kesejahteraan para pemilik akan meningkat jika

tingginya nilai prestasi yang diperoleh perusahaan (Purnama, 2020). Salah satu factor yang dapat mempengaruhi nilai perusahaan adalah manajemen laba.

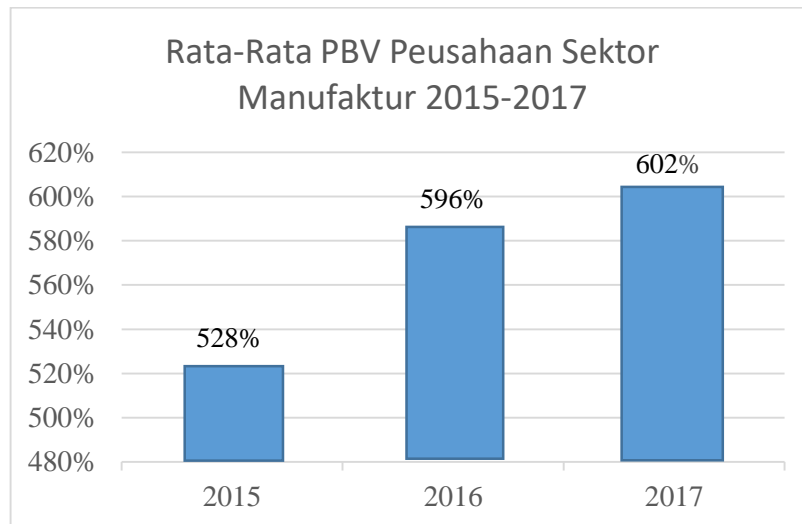
Penilaian perusahaan juga merupakan salah satu upaya yang dilakukan investor untuk menghindari kesalahan dalam pemilihan saham. Akan tetapi, dengan kecanggihan akses dan teknologi saat ini dimungkinkan manajemen perusahaan melakukan berbagai tindakan tidak sehat sehingga menghasilkan informasi yang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Hal-hal yang berkaitan dengan tindakan tersebut seperti manipulasi dalam hal adanya transaksi fiktif, cadangan kerugian piutang, percepatan pengakuan pendapatan, pengakuan biaya sebagai aset, dan berbagai tindakan lain yang akhirnya akan berpengaruh pada hasil penilaian perusahaan.

Nilai perusahaan dapat dikatakan cerminan dari asset perusahaan, selain itu nilai perusahaan dinilai dari harga sahamnya yang stabil dan mengalami kenaikan yang secara terus menerus dalam waktu jangka panjang. Harga saham yang tinggi dapat meningkatkan nilai perusahaan yang akan membuat kemakmuran bagi para pemegang saham. Untuk melihat seberapa besar nilai perusahaan manufaktur yang tercatat di BEI dapat dilihat pada grafik berikut ini :

Gambar 1.1

Grafik Rata-Rata Nilai Perusahaan (PBV) Manufaktur di BEI

Tahun 2015-2017



Sumber : data diolah peneliti 2019

Berdasarkan gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa pada tahun 2015-2017 rata-rata PBV perusahaan sector manufaktur mengalami kenaikan. Kenaikan rata-rata PBV ini dikarenakan harga saham perusahaan manufaktur mengalami kenaikan. (Utomo, 2019) menyebutkan bahwa PBV merupakan rasio pasar yang digunakan untuk mengukur kinerja harga pasa saham terhadap nilai bukunya. Menurut (Kholis et al., 2018) semakin tinggi harga saham suatu perusahaan maka nilai suatu perusahaan juga akan tinggi, dan hal itu tentunya membuat semakin meningkatnya kepercayaan pasar terhadap kinerja perusahaan yang dapat memberikan prospek kedepan bagi perusahaan.

Manajemen perusahaan memiliki keleluasaan dalam mengganti suatu metode akuntansi dengan metode akuntansi lainnya, yang dapat memodifikasi nilai

nominal laba yang aktual (Arifah, Andini & Raharjo, 2017). Kondisi ini sering disebut dengan manajemen laba. Manajemen laba merupakan kegiatan yang dilakukan suatu entitas dalam memanipulasi dan mengelola laba, sehingga entitas dapat memperoleh laba akuntansi dengan target yang diinginkan. Hal ini dapat merugikan banyak pihak pengguna laporan keuangan karena dapat mengurangi relevansi dan keandalan laporan keuangan serta dapat mengurangi kepercayaan terhadap laporan keuangan dalam pengambilan keputusan.

Menurut (Heni et al., 2015) manajemen laba dikelompokkan menjadi tiga kategori yaitu akuntansi yang curang (*fraudulent accounting*), manajemen laba akrual (*accruals earnings management*), dan manajemen laba riil (*real earnings management*). Akuntansi yang curang (*fraudulent accounting*) merupakan pilihan akuntansi yang melanggar *General Accepted Accounting Principles* (GAAP), manajemen laba akrual (*accruals earning management*) berbagai bentuk pilihan dalam GAAP yang menutupi kerja ekonomi dan manajemen laba riil (*real earnings management*) manipulasi yang dilakukan pihak manajemen melalui aktivitas perusahaan sehari - hari selama periode akuntansi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabrina et al., (2020) menunjukkan perbedaan antara manipulasi akuntansi (*accounting manipulations*) dan akuntansi yang curang (*fraudulent accounting*). Praktik - praktik akuntansi yang curang menyimpang dari aturan dan standar akuntansi, sedangkan manajemen laba masih berada pada ambang toleransi aturan-aturan akuntansi. Sampai saat ini masih terdapat kontroversi dan menjadi isu penting bagi praktisi dan akademisi yang pada

dasarnya mempertanyakan apakah manajemen laba dikategorikan sebagai kecurangan (*fraud*) atau tidak.

Contoh kecurangan yang terjadi di dunia perbankan Indonesia misalnya pada kasus Citybank yang melakukan praktik kecurangan dengan melakukan pembobolan yang dilakukan oleh *Relationship Manager* yang dibantu oleh *teller* kepada nasabah *A-list* Citybank. Contoh kasus lain terjadi di Bank Lippo Tbk. dengan memberikan laporan keuangan yang berbeda kepada publik mengenai dana manajemen (Sabrina et al., 2020). Dimana salah satu pihak manajemen Bank Lippo memiliki hubungan politik sebagai anggota di Kamar Dagang dan Industri. Kasus terbaru Garuda Indonesia dimana pihak OJK (Otoritas Jasa Keuangan) memastikan bahwa laporan keuangan tahun anggaran 2018 tidak sesuai standar akuntansi (Finance, 2019).

Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan No. 1 menerangkan bahwa manajemen laba dapat terjadi akibat adanya kebijakan akrual, dimana dalam penyusunan laporan keuangan kecuali laporan arus kas didasarkan pada dasar akrual. Dasar akrual dipilih karena lebih rasional dan adil dalam memberikan gambaran kondisi keuangan dengan riil, akan tetapi disisi lain penggunaan dasar akrual dapat memberikan keleluasaan bagi manajemen untuk menetapkan metode akuntansi selama tidak menyimpang dari Standar Akuntansi Keuangan (SAK) yang berlaku (Yusnita, M.Ak., 2019).

Dalam dunia bisnis biasanya investor dan calon investor cenderung memperhatikan laba yang terdapat dalam suatu perusahaan tanpa memperhatikan

bagaimana laba tersebut diperoleh. Dengan demikian penting bagi para manajemen perusahaan untuk menentukan target laba yang harus diperoleh perusahaan. Target laba yang diperoleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap bagaimana perusahaan mampu berkembang yang dapat memberikan dampak positif bagi investor, dimana investor akan merasa tidak rugi dalam menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut. Manajemen memiliki tujuan tersendiri dalam menaikkan laba sesuai target yaitu untuk rencana bonus dan rencana lainya yang akan memberikan keuntungan bagi pihak-pihak pengelolah. Apabila laba yang diperoleh tidak sesuai dengan target laba yang telah ditetapkan manajemen cenderung melakukan praktik manipulasi laba yang sering disebut manajemen laba.

Pada saat terjadi manajemen laba, informasi yang tersaji dalam laporan keuangan perusahaan dimungkinkan memiliki asimetri informasi. Asimetri informasi merupakan saat dimana manager perusahaan memiliki informasi yang lebih detail tentang prospek dan resiko perusahaan baik pada masa lampau maupun dimasa yang akan datang dibandingkan dengan investornya (Windharta & Ahmar, 2015). Munculnya asimetri informasi, segala keputusan yang dibuat oleh manager dapat mempengaruhi harga saham. Ketika terjadinya asimetri informasi antara investor yang memiliki banyak informasi dengan investor yang kurang informasi akan menimbulkan biaya transaksi dan mengurangi likuiditas yang diharapkan pasar untuk saham – saham perusahaan. Tentunya dengan kondisi yang seperti demikian pihak internal yang sering dirugikan.

Dengan maraknya praktik-praktik dalam manajemen laba, maka berkembang pula model-model pedeteksian yang berguna dalam riset empiris salah

satunya adalah *revenue discretionary model* yang dikembangkan oleh Stubben (2010). Penelitian tersebut memberikan bukti bahwa model *revenue* biasanya lebih rendah, lebih spesifik, lebih kuat dari pada model akrual. *Revenue model* digunakan dalam mendeteksi manajemen laba dapat diterapkan pada perusahaan di Indonesia, akan tetapi belum banyak penelitian yang menggunakan model ini untuk karena merupakan model baru yang dapat digunakan untuk mendeteksi manajemen laba.

Adanya praktik rekayasa laba yang dilakukan oleh manajemen akan mengakibatkan kualitas laba yang dilaporkan menjadi rendah, sehingga membuat kepercayaan investor terhadap laporan keuangan yang dilaporkan semakin menurun. Rekayasa laba terjadi karena keleluasaan manajemen dalam menentukan metode akuntansi dan kebijakan yang diambilnya. Ketika laba yang dilaporkan perusahaan dapat membantu penggunaannya dalam membuat keputusan lebih baik, maka laba tersebut juga dapat dikatakan berkualitas.

Manajer perusahaan harus bisa mengelola laporan laba yang memiliki kualitas yang bagus dalam laporan keuangan. Kualitas laba yang baik secara langsung akan mempengaruhi nilai perusahaan. Menurut (Jonathan & Machdar, 2018) pengambilan keputusan yang relevan didapat apabila perusahaan memiliki kualitas laba yang baik. Sebaliknya rendahnya kualitas laba dalam laporan keuangan dapat membuat para pengguna laporan seperti manajemen, pihak investor dan pihak-pihak berkepentingan lainnya akan menyebabkan kesalahan dalam pengambilan keputusan, sehingga berpengaruh pada nilai perusahaan.

Keuntungan perusahaan dipantau secara ketat oleh pasar keuangan peserta, terutama investor dan analis. Laba yang dilaporkan adalah sumber utama informasi spesifik untuk perusahaan (Dang et al., 2020). Kualitas laba merupakan indikator dan atribut yang paling berharga, baik dari arus kas masa depan dan ada lebih banyak informasi tentang kinerja ekonomi perusahaan daripada kas. (Dang et al., 2020) menemukan bahwa peningkatan laba, didefinisikan sebagai ukuran agregat dari tingkat pendapatan positif, menghindari kerugian dan stabilitas laba, terkait dengan peningkatan biaya ekuitas dan volume transaksi yang berkurang

Kualitas laba didefinisikan dapat meramalkan pendapatan perusahaan dimasa depan (Maulana, 2018). Informasi laporan keuangan digunakan sebagai evaluasi arus kas masa depan perusahaan untuk memperkirakan tingkat pengembalian yang diharapkan oleh investor atau *stakeholder*. Dengan begitu, untuk memprediksi arus kas masa depan.

Penelitian yang dilakukan oleh Gunny (2005), Graham *et al.*(2005), Roychowdhury (2006), Zang (2006), Cohen *et al.* (2008), Windharta & Ahmar, (2015) serta (Edi Wijaya Kusuma & Dewi, 2019) menemukan, bahwa kini manager telah bergeser dari manajemen laba akrual ke manajemen laba rill. Manajemen laba akrual hanya bisa dilakukan pada akhir periode untuk mencapai target laba yang ditetapkan perusahaan, namun apabila target tersebut tidak tercapai, maka perusahaan dapat melakukan manajemen laba yang dapat dilakukan sepanjang periode akuntansi dan sulit dideteksi oleh auditor.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari latar belakang diatas dapat disimpulkan indentifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Seringnya terjadi kecurangan dalam laporan keuangan yang menyangkut manajemen laba.
- 2) Tindakan manajemen laba merupakan sebuah keputusan manajemen yang dapat merugikan investor dan pemakaian informasi laporan keuangan lainnya.
- 3) Terdapat manipulasi laporan keuangan oleh manajemen untuk menekan fluktuasi laba pada perusahaan melalui praktik perataan laba.
- 4) Maraknya praktik – praktik dalam manajemen laba, maka berkembang pula model – model pedeteksian yang berguna dalam riset empiris salah satunya adalah *revenue discretionary model*.
- 5) *Revenue model* digunakan dalam mendeteksi manajemen laba dapat diterapkan pada perusahaan di Indonesia, akan tetapi belum banyak penelitian yang menggunakan model ini untuk karena merupakan model baru yang dapat digunakan untuk mendeteksi manajemen laba.
- 6) Praktik manajemen laba tidak dilarang selama itu dalam batasan yang diperbolehkan oleh prinsip-prinsip akuntansi yang diterima umum, tetapi kenyataannya dalam praktik manajer masih banyak yang menyalahgunakan aturan ini agar mereka mendapat keuntungan yang lebih dari praktik manajemen laba ini.

- 7) Adanya praktik rekayasa laba yang dilakukan oleh manajemen akan mengakibatkan kualitas laba yang dilaporkan menjadi rendah.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Manajemen Laba AkruaI Dengan Metode *Revenue Discretionary Model* dan Kualitas Laba Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2015-2019)”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah sebagai berikut :

- 1) Adakah pengaruh manajemen laba akruaI dengan pendekatan *revenue discretionary model* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019?
- 2) Adakah pengaruh kualitas laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019?
- 3) Adakah pengaruh manajemen laba akruaI dengan pendekatan *revenue discretionary model* dan kualitas terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, yaitu :

- 1) Untuk menguji dan mengestimasi pengaruh manajemen laba akrual dengan pendekatan *revenue discretionary model* terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.
- 2) Untuk menguji dan mengestimasi pengaruh kualitas laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.
- 3) Untuk menguji dan mengestimasi pengaruh manajemen laba akrual dengan pendekatan *revenue discretionary model* dan kualitas laba terhadap nilai perusahaan pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI pada tahun 2015-2019.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari tujuan tersebut, peneliti dapat menyimpulkan manfaat penelitian sebagai berikut:

- 1) Bagi Perusahaan
Bagi perusahaan, diharapkan dapat menjadi masukan bagi manajemen perusahaan dalam rangka praktik manajemen laba agar tidak merugikan pihak berkepentingan atas laporan keuangan.

2) Bagi Akademis

Bagi akademis, diharapkan dapat memberikan referensi dan pengetahuan tentang pengaruh manajemen laba akrual dengan *revenue discetionary model* dan kualitas laba terhadap nilai perusahaan.