

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang menyediakan barang mentah (bahan baku) atau bahan setengah jadi. Perkembangan perusahaan manufaktur di Indonesia saat ini sangat pesat, karena perusahaan manufaktur dinilai dapat memberikan dampak yang positif serta berkelanjutan dengan luas sehingga mampu meningkatkan nilai tambah bahan baku, memperbanyak tenaga kerja, menghasilkan sumber devisa terbesar, serta penyumbang pajak dan bea cukai terbesar (*www.investindonesia.go.id*).

Sektor industri manufaktur juga memiliki peran yang strategis dalam memberikan kontribusi yang besar bagi ekonomi Indonesia. Salah satu peran industri manufaktur terhadap kontribusi perekonomian Indonesia yaitu untuk menarik negara lain atau investor asing untuk berinvestasi di Indonesia. Selain itu industri manufaktur merupakan tulang punggung bagi pertumbuhan ekonomi nasional karena menjadi sektor andalan dalam memacu pemerataan terhadap pembangunan dan kesejahteraan masyarakat yang inklusif (*www.talenta.co*). Berbagai sektor perusahaan manufaktur juga dikembangkan di berbagai negara di ASEAN. Hal ini tentunya akan mendorong pertumbuhan perekonomian secara nasional dan meningkatkan daya saing secara domestik, regional, dan global.

Pertumbuhan perusahaan manufaktur besar dan sedang pada tahun 2019 naik sebesar 4,01% dari tahun sebelumnya. Kenaikan tersebut disebabkan oleh naiknya produksi industri percetakan dan reproduksi media rekaman, naik sebesar

19,58%. Sedangkan industri yang mengalami penurunan produksi terbesar yaitu barang logam, bukan mesin dan peralatannya turun 18,49%. Pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang triwulan IV tahun 2019 naik sebesar 3,62% (y-on-y) di banding triwulan IV tahun 2018. Kenaikan tersebut dikarenakan naiknya produksi industri farmasi, produksi obat kimia dan barang dari bahan kimia dan obat tradisional, naik 18,58%. Sedangkan industri yang mengalami penurunan produksi terbesar adalah industri barang logam, bukan mesin dan peralatannya, turun 19,78%. Pertumbuhan produksi industri manufaktur besar dan sedang triwulan IV pada tahun 2019 naik sebesar 0,09% (q-to-q) dibanding triwulan III pada tahun 2019. Industri yang mengalami kenaikan produksi tertinggi adalah industri bahan kimia dan barang dari bahan kimia, naik sebesar 13,07%. Sedangkan industri yang mengalami penurunan terbesar adalah industri komputer, barang elektronik dan optik, turun sebesar 11,85% (*www.bps.go.id*).

Perusahaan didirikan dengan tujuan untuk meperoleh laba dan keuntungan, serta untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui peningkatan kesejahteraan pemegang dan pemilik saham agar tercapainya keuntungan yang maksimal. Perilaku manajemen untuk mengatur suatu laba sesuai dengan keinginannya disebut dengan istilah manajemen laba (*earning management*). Manajemen laba adalah suatu kondisi dimana pihak manajemen melakukan tindakan intervensi terhadap proses penyusunan laporan keuangan perusahaan bagi pihak eksternal dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui informasi laporan keuangan perusahaan, namun intervensi yang dilakukan masih dalam

kerangka standar akuntansi yaitu masih menggunakan metode dan prinsip akuntansi yang diakui dan diterima secara umum (Wilson & Prasetyo, 2020). Tindakan yang dilakukan oleh manajer berharap mendapatkan manfaat bagi pihak tertentu, selain dari motivasi individu praktik manajemen laba juga dilakukan untuk kepentingan perusahaan, hal ini berkaitan dengan calon investor. Apabila perusahaan menyajikan laporan keuangan dengan baik maka para investor akan tertarik menanamkan saham dalam jumlah yang cukup besar (Surya et al., 2017).

Praktik manajemen laba merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan dengan adanya unsur kesengajaan. Selain adanya kepentingan dari pihak individu praktik manajemen laba juga dilakukan untuk kepentingan perusahaan karena apabila informasi keuangan suatu perusahaan disajikan dengan baik maka hal tersebut akan dapat menarik banyak investor untuk menanam saham di perusahaan tersebut. Maka perusahaan akan lebih banyak mendapatkan dana eksternal sehingga aktivitas perusahaan dapat berjalan dengan lancar serta dapat menghasilkan laba yang maksimal untuk periode yang akan datang (Surya et al., 2017). Sebaliknya apabila informasi keuangan perusahaan tidak baik maka investor kurang tertarik untuk menanamkan modalnya di perusahaan tersebut.

Manajemen laba terjadi ketika para manajer akan menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan serta mengubah transaksi untuk memanipulasi informasi laporan keuangan sehingga mengelabui para *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja ekonomi perusahaan atau dapat memengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi dengan para investor yang dilaporkan

dalam laporan keuangan. Artinya pihak manajemen perusahaan berusaha untuk mengelola laba dimana dalam usahanya tersebut akan membuat entitas tampak bagus secara financial. Kepentingan manajemen laba berkaitan dengan keuntungan perusahaan yang akan menjadi perhatian penting bagi pengguna laporan keuangan (Cahyani & Hendra, 2020).

Laba maksimal yang dihasilkan oleh perusahaan memang bentuk keberhasilan suatu perusahaan, namun dalam jangka waktu yang cukup panjang hal tersebut bisa menimbulkan suatu masalah bagi perusahaan karena akan adanya penolakan dari beberapa *stakeholder* seperti pemilik saham karena kehadiran praktik manajemen laba membuat kinerja sebuah perusahaan tidak menunjukkan hasil yang sebenarnya melainkan untuk kepentingan pihak tertentu atau manajemen perusahaan itu sendiri (Khairunnisa et al., 2020).

Manajemen laba juga dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti ukuran perusahaan dan umur perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari total asset yang dimiliki, perusahaan dikatakan besar apabila memiliki nilai total asset yang lebih tinggi, sebaliknya perusahaan yang berukuran kecil juga memiliki total asset yang lebih rendah. Perusahaan besar biasanya menyegerakan menerbitkan laporan keuangan untuk menunjukkan banyaknya sumber informasi dan kepercayaan *stakeholder* terhadap perusahaan tersebut (Astuti & Erawati, 2018). Perusahaan yang memiliki ukuran lebih besar cenderung mendapat perhatian yang lebih dari pihak-pihak eksternal sehingga manajemen perusahaan dituntut agar lebih berhati-hati dalam menyajikan informasi tentang laporan keuangan perusahaan, karena dengan

besarnya perhatian dari pihak eksternal membuat pihak manajemen perusahaan untuk berfikir dua kali dalam melakukan praktik manajemen laba (Santi & Wardani, 2018).

Perusahaan dapat dikatakan besar apabila memiliki saham yang tersebar sangat luas dan banyak dikenal oleh masyarakat luas. Hal tersebut karena perusahaan dinilai mampu dan akan lebih berani mengeluarkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan demi kelancaran proses operasi perusahaannya dan untuk membiayai pertumbuhan perusahaan serta meningkatkan penjualan. Perusahaan akan lebih mudah untuk mendapatkan dana secara eksternal dengan cara menjual sahamnya kepada para investor. Sebaliknya pada perusahaan yang ukurannya lebih kecil sahamnya kurang begitu dikenal oleh masyarakat luas maupun investor.

Perusahaan yang ukurannya lebih kecil cenderung menghasilkan laba yang rendah karena mereka menggunakan modal sendiri dan hanya sedikit mendapatkan modal eksternal, maka dari itu dapat dinilai semakin besar ukuran perusahaan, kemungkinan akan cenderung untuk memakai dana eksternal yang lebih besar. Hal ini terjadi karena perusahaan besar memiliki kebutuhan dana yang besar dan salah satu alternatif pendapatan dana tersebut adalah dengan cara menggunakan dana eksternal yaitu dengan menggunakan utang atau menjual saham (Agustia & Suryani, 2018).

Ukuran perusahaan atau ukuran organisasi merupakan suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi. Ukuran organisasi yaitu pembahasan tentang besar atau kecilnya suatu organisasi, serta

apa dan bagaimana dampaknya terhadap pengelolaan organisasi. Perusahaan yang berukuran besar akan memiliki resiko yang lebih kecil, karena perusahaan besar memiliki kontrol yang lebih baik terhadap kondisi pasar, sehingga mereka mampu menghadapi persaingan ekonomi. Selain itu perusahaan besar mempunyai sumberdaya yang lebih banyak untuk meningkatkan laba karena memiliki akses yang lebih baik terhadap sumber informasi eksternal dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil (Agustina & Aris, 2017).

Umur perusahaan adalah waktu yang dimiliki oleh perusahaan sejak berdirinya perusahaan sampai waktu yang tidak terbatas, umur perusahaan merupakan suatu cerminan bahwa perusahaan tersebut tetap *survive* dan mampu bersaing dalam dunia bisnis (Agustia & Suryani, 2018). Semakin lama perusahaan tersebut berdiri maka semakin banyak orang yang mengetahui informasi tentang perusahaan tersebut. Perusahaan yang sudah lama berdiri akan dapat dinilai sebagai perusahaan yang akan menghasilkan laba dengan baik, dengan panjangnya jangka umur perusahaan yang telah berdiri itu menandakan perusahaan masih mampu bersaing di dunia bisnis dan mampu menguasai pasar.

Perusahaan dengan umur yang panjang juga dinilai sebagai perusahaan yang mempunyai laporan keuangan yang bagus, semakin lama perusahaan berdiri maka laba yang akan dihasilkan juga akan lebih banyak, sebaliknya perusahaan yang masih baru berdiri laba yang dihasilkannya juga masih sedikit. Para investor biasanya akan lebih memilih untuk membeli saham yang sudah banyak dikenal oleh masyarakat luas dan perusahaan tersebut memiliki laporan keuangan yang baik (Gunawan et al., 2019). Pada umumnya masyarakat akan memperoleh

informasi yang lebih banyak lagi mengenai suatu perusahaan yang memiliki umur yang lebih panjang. Perusahaan yang sudah lama berdiri dapat dinilai lebih profesional dalam menyajikan informasi laporan keuangan perusahaan karena di anggap lebih berpengalaman di dalam dunia bisnis (Indriyani & Yuliandhari, 2020).

Saat ini informasi keuangan bukan lagi merupakan hal yang utama bagi investor untuk memutuskan berinvestasi di suatu perusahaan, pada saat sekarang investor dapat memutuskan untuk menanamkan modalnya disuatu perusahaan dengan menggunakan informasi keuangan dan *non* keuangan. Informasi keuangan dapat diperoleh melalui laporan keuangan perusahaan dan informasi non keuangan dapat di peroleh melalusi CSR (*corporate social responsibility*) yang mana dalam pengungkapan CSR ini meliputi informasi tentang karyawan, konsumen, masyarakat, dan lingkungan sekitar perusahaan (Christina & Alexander, 2019).

Dalam menjalankan aktivitas operasionalnya perusahaan harus melakukan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap lingkungan sekitar atau *stakeholder*-nya seperti konsumen, investor, kreditor, pemerintah, masyarakat, dan pihak lain. CSR merupakan suatu bentuk komitmen perusahaan kepada para *stakeholder*-nya dalam mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas operasi perusahaan tersebut. *Corporate social responsibility* bukan lagi hal yang dapat menurunkan laba akan tetapi *corporate social responsibility* ini akan dapat meningkatkan laba dalam jangka panjang serta mempertahankan legitimasi dan *going concern* perusahaan. Pengungkapan *corporate social responsibility* di

Indonesia termasuk pengungkapan wajib (*mandatory disclosure*) karena sudah ada regulasi yang mewajibkannya (Farida & Abdullah, 2019).

Corporate social responsibility merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi manajemen laba. Perusahaan yang melakukan kegiatan pengungkapan *corporate social responsibility* dalam laporan keuangannya akan mendapat manfaat berupa citra positif dari masyarakat dan para *stakeholder* nya. Citra yang positif yang di dapat dari pelaporan dan pengungkapan *corporate social responsibility* akan menjadi peluang yang bagus bagi pihak manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba karena secara tidak langsung pengguna laporan maupun investor telah memberikan penilaian yang bagus terhadap perusahaan tersebut (Santi & Wardani, 2018).

Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam laporan keuangan diharapkan akan menjadi nilai tambah bagi perusahaan yang akan menambah kepercayaan investor dan *stakeholder* lainnya, bahwa perusahaan tersebut akan terus berkembang dan berkelanjutan. Beberapa tahun belakangan banyak perusahaan yang menyadari betapa pentingnya menerapkan program *corporate social responsibility* bagian dari strategi bisnisnya, untuk menunjang keberlangsungan aktivitas operasi perusahaan dimasa mendatang. *Stakeholder* akan dapat mengevaluasi dengan mudah sejauh mana perusahaan dapat mempertanggungjawabkan dampak dari aktivitas yang dilakukan selama proses operasi perusahaan berlangsung dan bagaimana pelaksanaan *corporate social responsibility* pada perusahaan tersebut serta memberikan penghargaan/sanksi terhadap perusahaan sesuai hasil evaluasinya.

Menurut Moratis & Egmond (2018) *corporate social responsibility* diartikan sebagai kesadaran pemangku kepentingan, etika, sosial, hukum, dan lingkungan potensial bisnis. Dampak yang timbul aktivitas perusahaan akan sangat mempengaruhi masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan perusahaan terkait aktivitas usahanya akan kembali kepada masyarakat tersebut. Hal inilah yang mendasari mengapa manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari masyarakat sekitar dan lingkungan yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang dan lancar.

Penelitian yang dilakukan oleh Sakdiyah et al. (2020) menyatakan bahwa umur perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba, apabila suatu perusahaan yang telah lama berdiri akan menjadi suatu alasan bagi manajemen perusahaan untuk melakukan manajemen laba untuk mempertahankan investor serta menarik calon investor agar menanamkan sahamnya di perusahaan. Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Nalarreason et al. (2019) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Perusahaan besar cenderung melakukan manajemen laba karena perusahaan besar berada di bawah tekanan besar untuk memenuhi ekspektasi analisis keuangan perusahaan. Alexander & Palupi (2019) melakukan penelitian dan mengungkapkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, karena dengan adanya pengungkapan *corporate social responsibility* perusahaan akan dapat mengurangi terjadinya praktik manajemen laba karena semakin transparannya informasi yang diberikan perusahaan kepada pihak yang membutuhkan informasi keuangan perusahaan.

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan dan umur perusahaan terhadap manajemen laba dengan pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2015-2019.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Banyaknya terjadi penyimpangan seperti memanipulasi laporan keuangan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan oleh beberapa perusahaan.
2. Praktik manajemen laba yang belum optimal sehingga hanya dapat menguntungkan beberapa pihak saja.
3. Kurang optimalnya perusahaan dalam memperhatikan pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap lingkungan sehingga mendapat *image* buruk dari masyarakat.
4. Pengelolaan manajemen laba yang kurang optimal yang akan berdampak buruk terhadap penjualan saham.
5. Kurangnya kepercayaan investor untuk berinvestasi pada perusahaan yang masih berukuran kecil atau perusahaan yang umurnya masih muda.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang dipaparkan sebelumnya, maka yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah *pengaruh ukuran perusahaan (X_1) dan umur perusahaan (X_2) sebagai variabel independen terhadap manajemen laba (Y) dengan pengungkapan corporate social responsibility (Z) sebagai variabel intervening pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode tahun 2015-2019.*

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan judul penelitian diatas, maka yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini yaitu:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
2. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
4. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba?
5. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba?
6. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba melalui *corporate social responsibility*?
7. Apakah terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba melalui *corporate social responsibility*?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.5.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
2. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap *corporate social responsibility*.
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.
4. Apakah umur perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.
5. Apakah *corporate social responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba.
6. Apakah terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba melalui *corporate social responsibility*.
7. Apakah terdapat pengaruh umur perusahaan terhadap manajemen laba melalui *corporate social responsibility*.

1.5.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan agar dapat menambah referensi sebagai perbandingan bagi peneliti lain yang berhubungan dengan manajemen laba, serta tambahan referensi di perpustakaan yang sudah ada.

2. Bagi penulis

Untuk memperluas wawasan dan menambah ilmu pengetahuan penulis, serta untuk memotivasi penulis agar lebih giat lagi dalam menggali informasi tentang hal-hal yang belum diketahui.

3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membrikan saran dan masukan terkait dengan permasalahan mengenai ukuran perusahaan, umur perusahaan, pengungkapan *corporate social responsibility* sebagai bahan pertimbangan untuk mengevaluasi dan meningkatkan laba perusahaan di masa yang akan datang. Karena penerapan manajemen laba pada suatu perusahaan merupakan fenomena yang sudah tersebar dikalangan masyarakat umum sehingga kenyataan tersebut akan berpengaruh pada krisisnya kepercayaan masyarakat terhadap laporan yang dihasilkan oleh suatu perusahaan.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang berkaitan dengan judul. Dan penelitian yang dilakukan dapat memberikan gambaran mengenai bagaimana pengaruh yang berkaitan judul terhadap nilai perusahaan. Keterbatasan dalam penelitian ini hendaknya dapat disempurnakan dan dikembangkan dengan menggunakan sampel perusahaan lebih baik yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian yang diharapkan nantinya, kita bisa mengetahui apakah

faktor-faktor yang berpengaruh terhadap kinerja perusahaan sama ataukah berbeda antar sektor di luar ruang lingkup perusahaan manufaktur.