

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Setiap perusahaan pasti memiliki laporan keuangan yang dibuat sebagai bentuk pertanggungjawaban sekaligus tolak ukur untuk mengetahui apakah perusahaan dapat mencapai tujuan yang telah dibuat. Ikatan Akuntan Indonesia menyatakan bahwa laporan keuangan merupakan bagian dari pelaporan keuangan yang disusun dan disajikan sekurang-kurangnya setahun sekali untuk memenuhi kebutuhan pengguna laporan. Beberapa diantara pengguna memerlukan dan berhak memperoleh informasi tambahan yang tercakup dalam laporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya terdiri dari laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan (IAI, 2018:3). Dari lima laporan keuangan tersebut, pengguna laporan keuangan akan mengetahui informasi tentang kinerja perusahaan, serta tanggung jawab manajer kepada pemilik perusahaan, sehingga pengguna laporan keuangan sangat bergantung pada sumber informasi atau komponen-komponen yang ada pada setiap laporan keuangan untuk pengambilan keputusan.

Salah satu komponen pada laporan keuangan yang selalu dilihat oleh investor dalam menilai kinerja suatu perusahaan adalah dengan melihat informasi laba. Suwardjono (2008:464) berpendapat bahwa laba adalah hasil perusahaan atas upaya dalam menghasilkan barang dan jasa. Untuk mengambil sebuah keputusan investasi, para investor akan mencari dan menggunakan informasi laba pada setiap perusahaan agar investor dapat menganalisis nilai perusahaan yang akan diinvestasikan. Adanya kecenderungan investor dalam lebih melihat ke informasi laba sebagai ukuran kinerja perusahaan, maka hal ini akan memberikan kesempatan kepada manajemen untuk memainkan nilai informasi laba yang disebut dengan manajemen laba.

Manajemen laba adalah alternatif yang digunakan manajemen untuk memperoleh pelaporan laba tertentu (Scott, 2015:455). Nafiah (2013) berpendapat bahwa terdapat berbagai macam metode atau kebijakan yang dapat bertujuan untuk mencapai laba tertentu pada suatu perusahaan. Manajemen laba menjadi sebuah

media bagi manajer untuk mengoptimalkan kinerja perusahaan dan memenuhi kebutuhan para pemegang saham. Namun dengan adanya perbedaan kepentingan yang dilakukan manajer terhadap informasi laba yang telah dibuat maka hal tersebut dapat menyesatkan kinerja perusahaan yang sesungguhnya. Konflik yang ada seperti ini dapat disebut dengan teori keagenan.

Salah satu faktor yang menyebabkan terjadinya manajemen laba adalah karena adanya perbedaan kepentingan antara pemilik (*principal*) dan manajemen (*agent*). Suwardjono (2008:485) menyatakan bahwa teori keagenan menjelaskan tentang adanya kesepakatan atau kontrak yang dilakukan oleh 2 pihak yaitu pihak pemilik (*principal*) dengan pihak manajemen (*agent*). Perbedaan kepentingan ini didapat karena manajemen mendapatkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan para pemegang saham, sehingga manajemen dapat melakukan manajemen laba untuk mencapai target atau pencapaian tertentu yang ingin dilakukan oleh manajemen. Hal tersebut dapat terlihat dari banyaknya fenomena perusahaan yang melakukan tindakan manajemen laba.

Salah satu contoh fenomena perusahaan yang melakukan manajemen laba adalah PT Waskita Karya. Pada kasus PT Waskita Karya tahun 2009 terjadi manipulasi laporan keuangan dengan kasus kelebihan pencatatan pada laporan keuangan tahun 2004-2007. PT Waskita Karya seharusnya mencatat terjadi rugi pada laporan keuangannya namun perusahaan terlihat dalam kondisi baik atau untung. Setelah diselidiki oleh kementerian BUMN, diketahui oknum dari direksi PT Waskita Karya yang telah melakukan hal tersebut. Sanksi yang diberikan untuk PT Waskita Karya adalah pemecatan oknum dua direksi yang terlibat dan 1 mantan direksi yang juga ikut serta dalam kasus tersebut (Ang, 2009).

Seperti yang dapat dilihat dari kasus diatas, adapun perusahaan yang telah berdiri lama namun melakukan manajemen laba. Perusahaan dapat dikatakan sama dengan sebuah produk karena perusahaan juga memiliki siklus hidup untuk menunjukkan masa perjalanan dari awal memulai sebuah usaha sampai berjuang untuk mempertahankan usaha tersebut. Siklus hidup dalam sebuah perusahaan terbagi menjadi beberapa tahap yaitu *start up*, *growth*, *mature*, dan *stagnant* (Restuti dan Widyaningrum, 2015).

Pada tahap *start up*, perusahaan yang baru memulai usahanya berusaha untuk meningkatkan hasil penjualan produk agar dikenal oleh masyarakat. Inovasi yang baru dan persaingan antar perusahaan terjadi agar perusahaan yang baru merintis ini dapat masuk kedalam pasar yang dituju. Pertumbuhan penjualan atau arus kas operasional pada tahap ini masih sangat lambat. Jika dibandingkan dengan tahap lain, tahap ini akan memiliki presentase laba yang rendah dan juga pengeluaran yang besar untuk melakukan promosi dan pengembangan bisnis. Namun, apabila perusahaan telah berhasil maka penjualan yang diterima juga akan meningkat (Kotler dan Armstrong, 2008:328)

Pada tahap *growth*, perusahaan telah lebih meningkat dalam memulai usahanya dan berusaha untuk meningkatkan hasil penjualan produk agar lebih dikenal oleh masyarakat. Inovasi yang baru dan persaingan antar perusahaan terjadi agar perusahaan yang baru ini dapat masuk kedalam pasar yang dituju. Pada tahap *growth*, perusahaan mulai berhasil diterima oleh masyarakat yang ditunjukkan dengan penjualan yang cukup tinggi sehingga hasil aliran kas operasi dan pendanaan pada tahap ini telah lebih baik. Persaingan yang didapat oleh perusahaan akan lebih sedikit begitu pula resiko yang didapat juga relatif lebih rendah dari tahap *start up*. Diterimanya perusahaan pada pangsa pasar membuat perusahaan pada tahap pertumbuhan ini mulai mengembangkan bisnisnya dengan melakukan perluasan atau ekspansi, sehingga arus kas investasi pada tahap ini masih bernilai negatif.

Black (1998, dalam Hastuti, 2011) menemukan bahwa pada tahap *mature*, perusahaan mengalami puncak tingkat pertumbuhan penjualan yang lebih rendah dibandingkan dengan tahap *growth* dan juga perusahaan mengalami penurunan laba akibat kompetisi harga. Strategi dalam upaya ekspansi masih terus dilakukan guna mempertahankan perusahaan dimasa yang akan datang. Hal tersebut akan mengakibatkan arus kas investasi perusahaan akan bernilai negatif. Pada tahap *mature*, hasil aliran kas operasi yang dimiliki oleh perusahaan mencerminkan keadaan perusahaan yang baik.

Pada tahap *stagnant*, kondisi pasar yang rumit dan penurunan permintaan membuat perusahaan akan berusaha untuk menaikkan penjualan dengan melakukan

manajemen laba. Pada tahap ini, terjadi penurunan tingkat volume penjualan sehingga arus kas operasional perusahaan akan bernilai negatif (Dickinson, 2011). Tingkat penjualan yang diterima oleh perusahaan pada tahap ini akan lebih kecil dibandingkan dengan tahap *mature*, karena pada tahap ini tingkat kompetensi harga akan semakin besar. Upaya-upaya yang dilakukan perusahaan adalah dengan melakukan efisiensi seperti contohnya perusahaan akan lebih banyak menjual aset yang tidak produktif lagi sehingga arus kas investasi perusahaan akan bernilai positif. Perusahaan dapat dikatakan berada pada titik kritis pada saat perusahaan mengalami penurunan laba atau laju penjualan yang semakin turun (Hastuti, 2011).

Manajemen melakukan manajemen laba berdasarkan kondisi pada siklus hidup perusahaan yang sedang berlangsung. Semakin tinggi siklus hidup perusahaan maka semakin tinggi perusahaan melakukan manajemen laba (Kusumawati & Cahyati, 2014). Hal tersebut dapat terlihat pada perusahaan di tahap *start up*, perusahaan masih memiliki *cash flow* yang tidak terlalu tinggi dan biasanya akan melakukan manajemen laba secara tinggi untuk menarik investor. Selanjutnya pada tahap *growth*, manajemen akan melakukan manajemen laba untuk mendapatkan investor dalam upaya melebarkan usahanya atau melakukan ekspansi. Pada tahap *mature*, manajemen akan terus melakukan manajemen laba agar laporan keuangan yang dihasilkan oleh perusahaan akan terlihat baik dimata investor dan kreditor. Pada tahap *stagnant* perusahaan akan melakukan manajemen laba yang lebih besar lagi karena perusahaan ingin menutupi bahwa kondisi perusahaan telah berada pada masa penurunan sehingga manajemen harus melakukan manajemen laba agar perusahaan tetap terlihat pada kondisi yang baik.

Peneliti tertarik untuk mengembangkan penelitian sebelumnya mengenai pengaruh siklus hidup perusahaan terhadap manajemen laba karena terdapat hasil yang berbeda antara penelitian satu dengan penelitian yang lainnya. Seperti penelitian Lisnawati dan Sebrina (2019), hasil penelitiannya tidak menemukan bahwa terdapat manajemen laba yang semakin rendah seiring dengan bertumbuhan siklus hidup perusahaan. Hal yang serupa juga terjadi pada penelitian milik Kusumawati dan Cahyati (2014) dengan hasil bahwa semakin bertumbuhnya siklus hidup perusahaan maka semakin besar pula manajemen laba yang dilakukan oleh

perusahaan. Namun hasil dari penelitian Anggraini (2012) menunjukkan bahwa semakin meningkat siklus hidup perusahaan maka semakin kecil perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Objek penelitian adalah perusahaan jasa dengan sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2015-2018.

Perusahaan jasa dengan sektor *property* dan *real estate* merupakan industri yang bergerak pada bidang pembangunan gedung-gedung untuk melengkapi sarana dan prasarana yang dibutuhkan. Valentina dan Ruzikna (2017) berpendapat bahwa industri *property* dan *real estate* memiliki resiko yang tinggi dalam proses bisnis yang dijalankan dan penerimaan pendapatan yang sulit diprediksi. Selain itu perusahaan dengan sektor ini dibiayai oleh pihak ketiga atau kreditur yang membuat perusahaan ketika berada pada masa sulit akan berusaha untuk menutupi atau memainkan laporan perusahaannya, sehingga peneliti termotivasi untuk mengambil perusahaan jasa dengan sektor *property* dan *real estate*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut maka permasalahan yang timbul adalah apakah terdapat manajemen laba yang semakin tinggi seiring dengan perubahan siklus hidup perusahaan dari tahap *start up*, *growth*, *mature*, dan *stagnant* di perusahaan jasa sektor *property* dan *real estate* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis manajemen laba yang semakin tinggi seiring dengan perubahan siklus hidup perusahaan dari tahap *start up*, *growth*, *mature*, dan *stagnant* di perusahaan jasa sektor *real estate* dan *property* yang terdaftar di BEI tahun 2015-2018.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian meliputi 2 (dua) yaitu:

1. Manfaat akademik, yaitu sebagai perbandingan dengan penelitian sebelumnya yang memiliki topik sejenis yaitu pengaruh siklus hidup perusahaan terhadap manajemen laba
2. Manfaat praktis yaitu:  
Bagi investor, sebagai tambahan pengetahuan dalam pengambilan keputusan menginvestasikan saham dimasa yang akan datang dengan lebih melihat perkembangan siklus hidup perusahaan.

### **1.5 Sistematika Penulisan**

Skripsi ini disusun secara keseluruhan yang terdiri dari lima bab. Uraian ide pokok yang terkandung pada masing-masing bab adalah sebagai berikut:

#### **BAB 1: PENDAHULUAN**

Bab ini terdiri dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menjelaskan mengenai penelitian terdahulu, landasan teori, yang berkaitan dengan penelitian, pengembangan hipotesis, dan model analisis.

#### **BAB 3: METODE PENELITIAN**

Bab ini terdiri dari desain penelitian, identifikasi, definisi dan operasionalisasi variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi dan sampel, teknik analisis data, dan pengujian tambahan.

#### **BAB 4: ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menguraikan karakteristik objek penelitian, deskripsi data, analisis data, pembahasan, serta hasil pengujian tambahan.

#### **BAB 5: SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN**

Bab ini berisi simpulan yang diperoleh dari analisis dan pembahasan, keterbatasan penelitian, serta saran-saran yang bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.