

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan merupakan sebuah sarana pengkomunikasian informasi keuangan terhadap pihak – pihak yang berkepentingan dalam Mengambil keputusan. Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan diharapkan dapat membantu kreditor dan investor dalam mengambil keputusan yang berhubungan dengan dana yang mereka investasikan. Dalam laporan keuangan, Laba adalah salah satu indikator yang digunakan menaksir kinerja manajemen. Menurut *Statement of Financial Accounting Concept* (SFAC) No 1. Informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggung jawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksir *earnings power* perusahaan di masa yang akan datang (Pria Juni Prasetya dan Gayatri, 2016) [1].

Fischer dan Rosenzweigh (1995) mengatakan bahwa banyak manajer menganggap praktik manajemen laba adalah tindakan yang wajar dan etis serta merupakan alat sah manajer dalam melakukan tanggung jawabnya untuk mendapatkan keuntungan atau return perusahaan. Sedangkan Merchant dan Rockness (1994) menyatakan bahwa manajemen laba yang banyak dilakukan selama ini merupakan perbuatan yang legal, dengan artian tidak bertentangan dengan standar akuntansi yang berlaku. Berdasarkan pendapat tersebut manajemen laba merupakan sebuah tindakan etis dan wajar yang dilakukan oleh manajemen perusahaan (Putu Teddy Arthawan dkk, 2018:1-29) [2].

Pentingnya laporan keuangan juga diungkapkan bahwa laporan keuangan merupakan sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik. Salah satu parameter penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja manajer adalah laba. Pelaporan keuangan bertujuan untuk mengkomunikasikan informasi akuntansi dalam membantu pengguna untuk membuat keputusan bisnis yang relevan bagi perusahaan untuk mempertahankan serta meningkatkan kembali posisi keuangan dan kinerjanya. Hal tersebut menggambarkan bahwa informasi yang menggambarkan keuangan dan keadaan ekonomi yang memengaruhi perusahaan disajikan dalam laporan keuangan, dimana pihak manajemen memiliki hak prerogatif mengungkapkan data dalam laporan keuangan tersebut.

Perusahaan selalu berupaya memaksimalkan pencapaiannya agar dapat menjaga eksistensi dalam persaingan bisnis. Menjaga kepercayaan para *stakeholder* merupakan hal yang sangat perlu dilakukan oleh perusahaan. Ketika perusahaan telah mendapatkan kepercayaan dari para *stakeholder* maka

perusahaan berpeluang untuk memperoleh keberhasilan dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Oleh karenanya jika ingin memperoleh kepercayaan dari pihak *stakeholder* maka harus menunjukkan hasil kinerja yang baik dari suatu perusahaan (Syakur : 2009).

Adanya kecenderungan para *stakeholder* memperhatikan laporan laba yang dapat memotivasi para manajer untuk merencanakan strategi-strategi tertentu agar laporan yang dihasilkan sesuai dengan harapan para *stakeholder* salah satunya dengan melakukan manajemen laba (*earning mangement*). Manajemen laba merupakan cara yang dilakukan oleh manajer ataupun pembuat laporan keuangan dalam melakukan manajemen informasi terkait dengan laba demi kepentingan yang sifatnya pribadi (Watts and Zimmerman : 1990). Healy dan Wahlen (1999) mengungkapkan bahwa manajemen laba timbul disaat manajer mempertimbangkan penyusunan laporan keuangan yang dapat menimbulkan asimetri informasi bagi pihak berkepentingan mengenai kondisi yang sebenarnya didalam perusahaan (IR Susanto, 2017) [3].

Pandangan teori akuntansi positif menjelaskan bahwa manajemen laba berkaitan dengan kebijakan regulasi atau peraturan akuntansi. Adanya aturan pada standar akuntansi merupakan salah satu alat yang memfasilitasi perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Penerapan IFRS diharapkan dapat mengurangi manajemen laba, namun dalam pelaksanaannya, penerapan IFRS tidak sepenuhnya mengurangi tindakan manajemen untuk meminimalkan manajemen laba. Manajemen laba dapat dilakukan dengan memanfaatkan kelonggaran penggunaan metode dan prosedur akuntansi, membuat kebijakan-kebijakan akuntansi dan mempercepat atau menunda pengakuan biaya dan pendapatan agar lebih kecil atau lebih besar dari yang seharusnya. Hal inilah yang memungkinkan pihak manajemen melakukan manajemen laba untuk kepentingan pribadi maupun kepentingan perusahaan dalam jurnal (Islamiah Kamil, 2018:53-66) [4].

Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna eksternal terutama sekali karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya. Ketidakseimbangan penguasaan informasi akan memicu munculnya suatu kondisi yang disebut sebagai asimetri informasi (*information asymmetry*). Asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba (*earnings mangement*) dalam rangka menyesatkan pemilik (pemegang saham) mengenai kinerja ekonomi perusahaan menunjukkan adanya hubungan positif antara asimetri informasi dengan manajemen laba (Rohmah Nur Aida, 2013) [5].

Di Indonesia banyak ditemukan beberapa fenomena perusahaan yang melakukan manajemen laba. Salah satunya yaitu PT. Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA). PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) diduga menggelembungkan Rp 4 trilliun di laporan keuangan tahun 2017. Hal ini

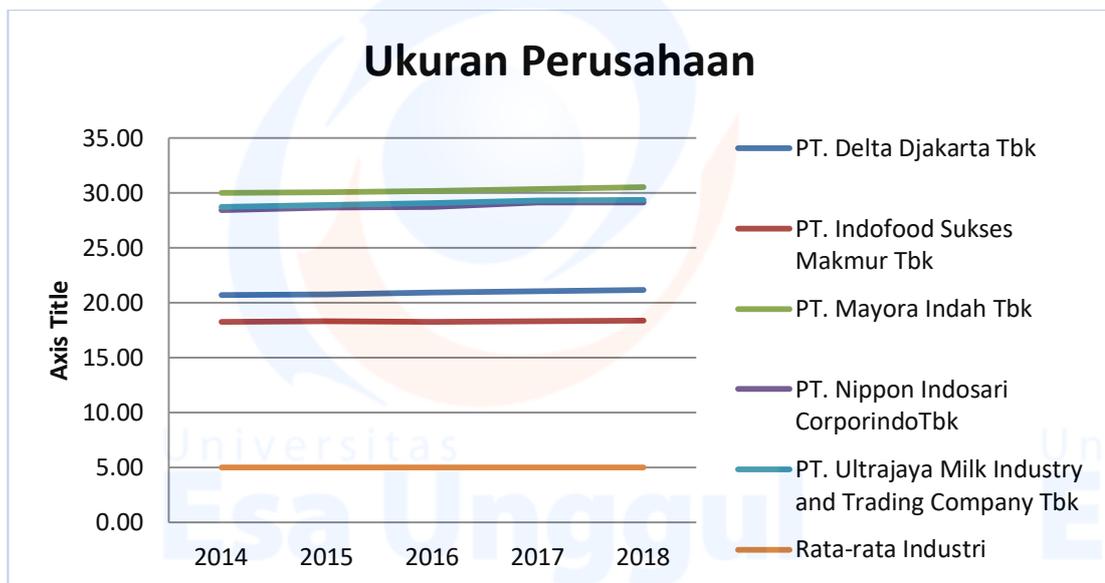
terungkap dalam laporan, hasil Investigasi Berbasis Fakta PT Ernst & Young Indonesia (EY) atas manajemen baru AISA tertanggal 12 Maret 2019. Dugaan Penggelembungan ditengarai terjadi pada akun piutang usaha, persediaan, dan asset tetap grup AISA. Seperti dikutip dari *CNBN Indonesia*, Rabu (27/3/2019), manajemen baru PT Tiga Pilar Sejahtera Food Tbk (AISA) yang dimaksud adalah para manajemen yang diputuskan dalam Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) 22 Oktober 2018 yang berisi Hengky Koestanto sebagai direktur utama dan Charlie Dunga sebagai direktur. Adapun manajemen lama adalah pengelola perseroan sebelum Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa (RUPSLB) tersebut. Manajemen lama perseroan terdiri dari Joko Mogoginta sebagai direktur utama dan tiga orang direksi lain yaitu Budhi Istanto, Hendra adisubrata dan Jo Tjong Seng.

Selain penggelembungan Rp 4 triliun tersebut ada juga temuan dugaan penggelembungan pendapatan senilai Rp 662 miliar dan penggelembungan lain senilai Rp 329 miliar pada Pos EBITDA (laba sebelum bunga, pajak, depresiasi dan amortisasi) entitas bisnis makanan dari emiten tersebut. Temuan lain dari laporan PT Ernst & Young Indonesia (EY) tersebut adalah aliran dana Rp. 1,78 triliun melalui berbagai skema dari Grup ASIA kepada pihak-pihak yang diduga terafiliasi dengan manajemen lama. “Antara lain menggunakan pencairan pinjaman Grup AISA dari beberapa bank, pencairan deposit berjangka, transfer dana di rekening bank, dan pembiayaan beban pihak terafiliasi oleh Grup AISA,” tulis laporan tersebut. Selain itu ditemukan juga adanya hubungan serta transaksi dengan pihak terafiliasi yang tidak menggunakan mekanisme pengungkapan (*disclosure*) yang memadai kepada *stakeholder* secara relevan. (CNBN 2019) [6].

Dari kasus diatas dapat disimpulkan bahwa kasus praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur sub sektor *Food and Beverages* bukanlah hal yang baru di tengah-tengah perekonomian dunia. Tindakan tersebut dilakukan agar laporan keuangan perusahaan selalu terlihat baik sehingga para investor tidak memberikan nilai buruk dan akan tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut, dalam jurnal Muhammad Husni Mubarak dan Zulaikha (2013) [7]. Ada beberapa faktor penyebab munculnya manajemen laba pada perusahaan yaitu Manajemen Akrual (*Accruals Management*), Penerapan Suatu Kebijakan Akuntansi yang Wajib, dan Perubahan Aktiva Secara Sukarela. Dan juga ada beberapa faktor lainnya yang terjadi di dalam perusahaan, faktor-faktor tersebut adalah variabel Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Kebijakan Hutang.

Faktor pertama yang memicu terjadinya manajemen laba adalah Ukuran Perusahaan, Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan investor dalam melakukan investasi, karena perusahaan besar dianggap sudah mencapai kedewasaan yang mencerminkan bahwa perusahaan

tersebut relatif stabil dan mampu menghasilkan laba. Menurut Defond (1993) dalam Veronica dan Bachtiar (2003) yang dikemukakan oleh Puji Asih (2014) [8] menemukan bahwa ukuran perusahaan berkorelasi secara positif dengan manajemen laba. Perusahaan besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba, karena salah satu alasan utamanya adalah perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Perusahaan yang lebih besar umumnya akan mendapatkan lebih banyak perhatian dari eksternal, seperti investor, analis, maupun pemerintah. Perusahaan besar dianggap mempunyai resiko yang lebih kecil dibandingkan dengan perusahaan kecil. Semakin besar perusahaan biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam saham perusahaan semakin banyak. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat total aset perusahaannya yang dituangkan dalam grafik sebagai berikut.



Sumber : www.idx.co.id Diolah

Gambar 1.1
Ukuran Perusahaan pada lima Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI
Tahun 2014-2018

Gambar 1.1 menunjukkan hasil Ukuran Perusahaan PT. Delta Jakarta Tbk, PT. Indofood Sukses Makmur Tbk, PT. Mayora Indah Tbk, PT. Nippon Indosari Corporindo Tbk, dan PT. Ultrajaya Milk Industry and Trading Company Tbk mengalami peningkatan yang cenderung stabil selama lima tahun berturut-turut dari tahun 2014-2018. Rata-rata industri Perusahaan Manufaktur Subsektor Food

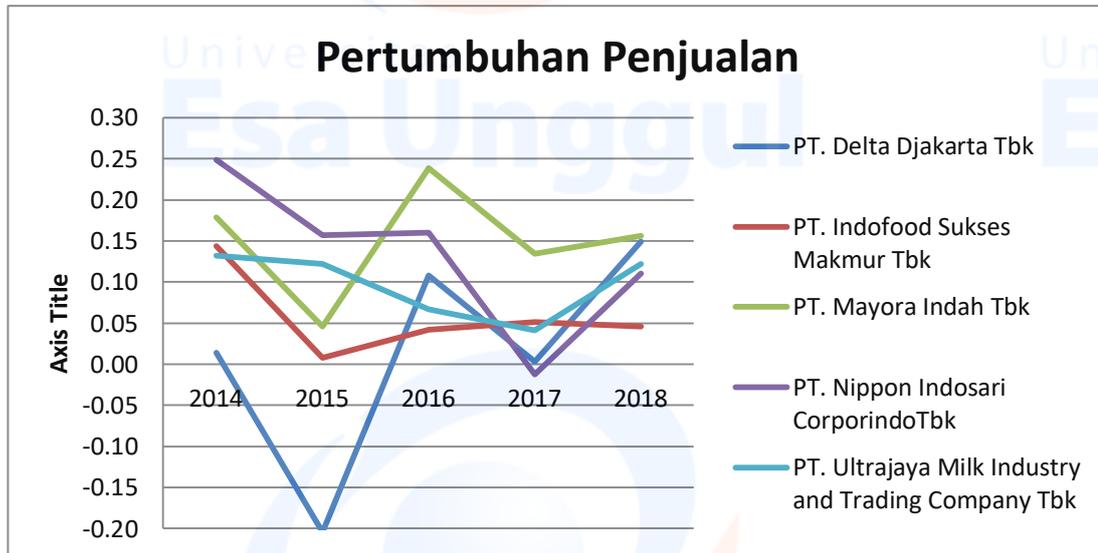
and Beverages pertahunnya mengalami peningkatan yang cenderung stabil dari tahun 2014-2018.

Ukuran perusahaan juga memegang peranan penting dalam perusahaan yang melakukan praktik manajemen laba. Ukuran perusahaan yang kecil dianggap lebih banyak melakukan praktik manajemen laba daripada perusahaan besar. hal ini disebabkan karena perusahaan kecil cenderung ingin memperlihatkan kondisi perusahaan yang selalu berkinerja baik agar investor menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Berbeda dengan perusahaan kecil, perusahaan besar biasanya akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, karena perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat. Makaombohe, Pangemanan, dan Tirayoh (2014) membuktikan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka perilaku manajemen laba semakin berkurang [9].

Dalam jurnal I Ketut Gunawan, Nyoman Ari Darnawan, dan Gusti Ayu Purnamawati (2015) [10] Ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Dan menurut Mahiswari dan Nugroho (2014) dalam jurnal Yusuf Adhi Pramudhita (2017) [11] yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Menurut Jao dan Pagalung (2011) dalam jurnal Setryarso Herlambang dan Darsono (2015) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba [12].

Faktor kedua yang mempengaruhi manajemen laba adalah Pertumbuhan Penjualan. Menurut Savitri (2014) dalam jurnal Yunietha dan Agustin Palupi (2017) [13] perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan laba dan penjualan yang tinggi cenderung menggunakan utang sebagai sumber dana eksternal yang lebih besar bila dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhan penjualannya rendah. Perusahaan dengan penjualan cenderung meningkat akan membutuhkan dana yang lebih besar untuk meningkatkan kegiatan operasionalnya yang mungkin tidak dapat tercukupi melalui sumber dana internal, sehingga perusahaan membutuhkan dana dari pihak eksternal. Dengan adanya pertumbuhan penjualan, akan memberikan sinyal bagi para kreditur untuk memberikan kredit atau memberikan pinjaman kepada perusahaan. Perusahaan dengan tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi juga memiliki motivasi dalam melakukan manajemen laba dalam memperoleh laba, manakala mereka dihadapkan pada permasalahan untuk tetap mempertahankan trend laba dan trend penjualan karena jika profitabilitas yang didapat perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya di mata pemilik (Astari dan Suryanawa, 2017) [14], hal ini juga sesuai dalam *agency theory* dimana principal memberikan tugas kepada agent untuk mengelola laba yang diperoleh dari penjualan tersebut, oleh karena hal itulah yang menyebabkan terjadinya manajemen laba, selain itu agent akan melakukan usaha untuk memperoleh keuntungan pribadi dalam hal ini kompensasi atas kinerja mereka

dengan memanfaatkan peluang yang ada untuk menunjukkan kinerja yang baik pada perusahaan dalam hal ini adalah manajemen laba agar perusahaan terus menunjukkan kestabilan dalam pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari perbandingan penjualan yang dituangkan dalam grafik ini.



Sumber: www.idx.co.id Diolah

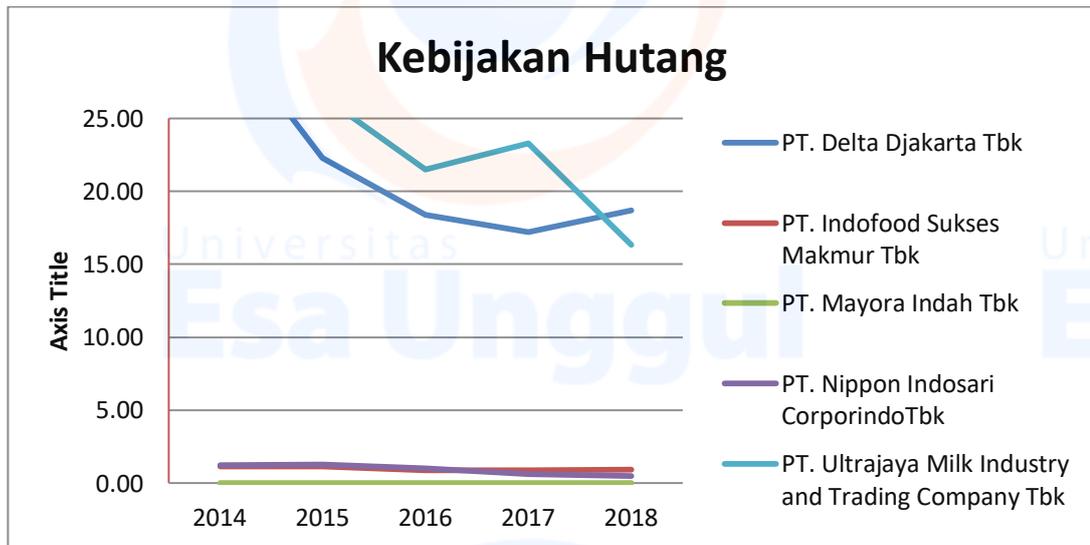
Gambar 1.2
Pertumbuhan Penjualan pada lima Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018

Dari grafik diatas menunjukan hasil bahwa pertumbuhan penjualan pada PT. Delta Djakarta Tbk untuk tahun 2014 mengalami kenaikan pertumbuhan penjualan dari tahun sebelumnya, dan untuk tahun 2015 PT. Delta Djakarta Tbk mengalami penurunan pertumbuhan penjualan dan kembali naik pada tahun berikutnya yang cukup stabil. PT. Indofood Sukses Makmur Tbk untuk tahun 2014 mengalami penurunan untuk pertumbuhan penjualan, dan untuk tahun 2015-2018 untuk pertumbuhan penjualan mengalami cenderung yang cukup stabil. PT. Mayora Indah Tbk tahun 2014 mengalami kenaikan untuk pertumbuhan penjualan, tetapi pada tahun 2015 dan 2017 mengalami penurunan pertumbuhan penjualan dan kembali naik tahun 2016 dan 2018. PT. Nippon Indosari *Corporindo* Tbk mengalami peningkatan pada pertumbuhan penjualan yang cenderung stabil di tahun 2014 dan pada tahun 2015-2016 PT. Nippon Indosari *Corporindo* Tbk kembali mengalami kenaikan yang cukup stabil dan pada tahun 2017 mengalami penurunan dan tahun 2018 mengalami kenaikan pertumbuhan penjualan. Sedangkan untuk PT. Ultrajaya *Milk Industry and Trading Company* Tbk untuk tahun 2014-2018 mengalami cenderung stabil untuk pertumbuhan penjualannya.

Pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahunnya. Manajer akan melakukan manajemen laba agar laba perusahaan nampak lebih rendah dari pada laba yang sesungguhnya diperoleh (Sulistyanto, 2008). Pertumbuhan penjualan merupakan tingkat stabilitas jumlah penjualan yang dilakukan oleh perusahaan untuk setiap periode tahun buku (Savitri, 2014). Pertumbuhan penjualan memperlihatkan seberapa besar peningkatan penjualan yang terjadi pada perusahaan setiap tahunnya. Pertumbuhan penjualan yang dimiliki perusahaan dapat memotivasi manajer dalam memperoleh laba (Sesti Yusfita Sari, 2013) [15].

Dalam jurnal Anak Agung Mas Agung Astari dan I Ketut Suryanawa (2017) yang dilakukan oleh Handayani dan Rachadi (2009) dan Sari (2015) [16] menyatakan pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Menurut Yunietha dan Palupi (2017) dan Astari dan Suryanawa (2017) yang menunjukkan hubungan positif signifikan antara pertumbuhan penjualan dan manajemen laba. Arief Fahmie (2018) [17] menunjukkan bahwa pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

Faktor ketiga yang mempengaruhi manajemen laba ada Kebijakan Hutang. Pengertian hutang menurut Manduh (2010), hutang didefinisikan sebagai pengorbanan ekonomis yang mungkin timbul dimasa mendatang dari kewajiban organisasi sekarang untuk mentransfer aset atau memberikan jasa ke pihak lain dimasa mendatang, sebagai akibat transaksi atau kejadian dimasa lalu. dalam hutang ada kebijakan yang harus dijalankan menurut Sukrini (2012), kebijakan hutang merupakan kebijakan yang menentukan seberapa besar kebutuhan dana perusahaan dibiayai oleh hutang (Rohmah dan Nur Aida, 2015) [18]. Semakin besar perusahaan maka semakin banyak dana yang digunakan untuk menjalankan operasi perusahaan. Salah satu sumbernya adalah hutang. Brigham (1999) menyatakan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi cenderung membutuhkan dana dari sumber eksternal yang besar (Elva Nuraina, 2012) [19]. Hutang menjadi salah satu faktor dalam meningkatnya atau menurunnya laba yang dihasilkan perusahaan setiap tahunnya. Hutang digunakan untuk kegiatan operasional atau investasi bagi perusahaan. Apabila hutang yang diperoleh perusahaan meningkat maka diharapkan akan berdampak baik terhadap peningkatan laba sehingga kelangsungan hidup perusahaan dimasa yang akan datang dapat terjamin. Peningkatan hutang akan mempengaruhi besar kecilnya laba bagi perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya, yang ditunjukkan oleh beberapa bagian modal sendiri yang digunakan untuk membayar seluruh kewajibannya. Kebijakan hutang dapat dilihat menggunakan *Debt to Equity Ratio* (DER) yang dituangkan dalam grafik berikut.



Sumber: www.idx.co.id Diolah

Gambar 1.3
Kebijakan Hutang pada lima Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI Tahun 2014-2018

Dari grafik diatas dapat dilihat bahwa kebijakan hutang pada Perusahaan Manufaktur Subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2018 merupakan perbandingan pemakaian hutang untuk operasional perusahaan. Pada PT. Delta Djakarta Tbk untuk *Debt to Equity Ratio* tahun 2014-2018 menghasilkan rata-rata 21,61. PT Indofood Sukses Makmur Tbk untuk *Debt to Equity Ratio* tahun 2014-2018 menghasilkan rata-rata 0,99, PT. Mayora Indah Tbk untuk *Debt to Equity Ratio* tahun 2014-2018 menghasilkan rata-rata 0,012, dan PT. Nippon Indosari Corporindo untuk *Debt to Equity Ratio* nya menghasilkan rata-rata 0,94 dan tiga perusahaan ini lebih kecil dari perusahaan sebelumnya. Dan untuk PT. Ultrajaya Milk and Trading Company hasil *Debt to Equity Ratio* menghasilkan 23,21 ini lebih tinggi dari empat perusahaan sebelumnya untuk kebijakan hutang pada Perusahaan Manufaktur.

Kebijakan hutang merupakan penentuan besarnya hutang akan digunakan perusahaan dalam mendanai aktivitya yang ditunjukkan oleh rasio antara total hutang dengan total aktiva. Dengan demikian semakin tinggi proporsi hutang maka semakin tinggi nilai perusahaan (Mogdilian dan Miller, 1963 dalam Miftah, 2008 dan Jefriyansyah, 2015) [20]. Kebijakan hutang merupakan kewajiban (*liabilities*). Maka liabilitas atau hutang merupakan kewajiban yang dimiliki oleh pihak perusahaan yang bersumber dari dana eksternal baik yang berasal dari sumber pinjaman perbankan, leasing, penjualan obligasi dan sejenisnya.

Dalam hal ini, menurut Yudy dan Yulius Kurnia Susanto (2018) yang menyebutkan bahwa kebijakan hutang berpengaruh positif terhadap manajemen laba, dikarenakan hutang yang besar memiliki kemampuan untuk melakukan manajemen laba, karena perusahaan tersebut diawasi dengan lebih ketat oleh kreditor yang memberikan pinjaman.. Menurut Putu Teddy Arthawan dan I Wayan Pradnyantha Wirasedana (2018) yang menyatakan bahwa kebijakan hutang tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Alasan memilih perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* sebagai objek penelitian karena subsektor industri *Food and Beverages* merupakan salah satu sektor usaha yang akan terus mengalami pertumbuhan dibandingkan dengan perusahaan lain sehingga dapat dilakukan perbandingan antara perusahaan satu dengan perusahaan yang lain. Perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* juga semakin berkembang pesat dan memiliki banyak subsektor lainnya. Perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* juga merupakan perusahaan yang memiliki produksi sehingga diperlukan pengelolaan modal dan aktiva yang baik agar bisa memberikan kembalian investasi yang besar sehingga dapat menarik investor untuk berinvestasi. Dan *Food and Beverages* sebagian besar produknya tetap dibutuhkan dalam keseharian, sehingga sangat kecil kemungkinan rugi. Namun, dilihat dari fenomena diatas masih ada perusahaan *Food and Beverages* yang melakukan manajemen laba.

Motivasi penelitian ini dalam manajemen laba timbul akibat benturan kepentingan yang terjadi dalam konflik keagenan, serta adanya perbedaan informasi yang didapat oleh investor menginginkan informasi perusahaan dengan adanya tujuan oportunistik. Dan motivasi utama para manajer melakukan manajemen laba yaitu tujuan oportunistik kepada investor. Tujuan oportunistik mungkin dapat merugikan pemakai laporan keuangan karena informasi yang disampaikan manajemen menjadi tidak akurat dan juga tidak menggambarkan nilai fundamental perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dibahas diatas, penelitian menggunakan variabel Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan dan Kebijakan Hutang. Manajemen menyadari bahwa pemakai laporan keuangan cenderung memperhatikan laba hal ini dikarenakan laba menjadi salah satu indikator penilaian terhadap efektifitas kinerja dan bentuk pertanggungjawaban pihak manajemen, oleh karena itu pihak manajemen terdorong untuk melakukan manajemen laba, maka dari itu perusahaan setiap tahunnya memotivasi manajer dalam memperoleh laba (Ismalia Asward dan Lina, 2015) [21]. Penelitian dilakukan pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018. Perusahaan manufaktur yang dipilih dalam penelitian, karena sesuai dengan fakta yang telah dijelaskan kasus yang

melibatkan perusahaan manufaktur lebih banyak atau cukup mendominasi dari perusahaan sektor lainnya. Maka penelitian ini mengambil judul: **“Pengaruh Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, dan Kebijakan Hutang terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor *Food and Beverages* yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia 2014-2018”**.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, identifikasi masalah yang dapat disajikan adalah sebagai berikut :

1. Adanya praktek manajemen laba yang dilakukan perusahaan manufaktur sub sektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI 2014-2018.
2. Ukuran perusahaan yang dinilai dengan menggunakan total aset cenderung fluktuatif, karena semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin besar kemungkinan manajemen melakukan praktek manajemen laba karena perusahaan yang lebih kecil ingin menarik para investor untuk berinvestasi.
3. Pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan dan penurunan penjualan dari tahun ke tahunnya. Maka dari itu, manajer akan melakukan manajemen laba agar laba perusahaan nampak lebih rendah dari pada laba yang sesungguhnya diperoleh.
4. Kebijakan hutang mempengaruhi besar kecilnya laba bagi perusahaan, yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajibannya.

1.2.2 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini hanya mencakup laporan keuangan pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
2. Penelitian ini menggunakan 3 variabel bebas (Independen) yaitu ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan rumus Log total aset, pertumbuhan penjualan diukur dengan menggunakan penjualan t dikurang penjualan t-1 dibagi penjualan t-1, dan kebijakan hutang diukur dengan rumus *Debt to Equity Ratio*.
3. Variabel dependen dalam penelitian ini manajemen laba yang diukur dengan menggunakan model modifikasi Jones.

1.2.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan, dan kebijakan hutang berpengaruh simultan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018?
2. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018 ?
3. Apakah pertumbuhan penjualan berpengaruh parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018 ?
4. Apakah kebijakan hutang berpengaruh parsial terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan kebijakan hutang berpengaruh simultan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur subsektor *Food and Beverages* yang terdaftar di BEI periode 2014-2018.
2. Untuk menganalisis pengaruh Ukuran perusahaan secara parsial terhadap Manajemen laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018.
3. Untuk menganalisis pengaruh Pertumbuhan penjualan secara parsial terhadap Manajemen laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018.
4. Untuk menganalisis pengaruh Kebijakan hutang secara pasrial terhadap Manajemen laba perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) periode 2014-2018.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pihak-pihak yang memiliki kepentingan terkait, di antaranya:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para akademis dalam pengembangan ilmu ekonomi secara umum, Khususnya pada bidang Ilmu akuntansi keuangan dan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya, serta untuk mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan kedalam masalah-masalah praktis khususnya mengenai ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan kebijakan hutang dalam satu penelitian.

2. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara luas dan tepat bagi pihak manajemen agar tidak terjadi penyimpangan dimasa yang akan datang.

2. Bagi Investor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam mengambil kebijakan untuk membuat keputusan investasi. Dan hasil penelitian ini dapat memeberikan gambaran tentang laporan keuangan perusahaan yang sebenarnya.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran manajemen laba berdasarkan penelitian terdahulu dan memberikan informasi yang luas bagi peneliti selanjutnya mengenai seluruh variable yang digunakan dalam penelitian.