

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Sebuah Perusahaan adalah kombinasi dari sumber daya yang ada yang melibatkan pemegang saham, manajemen, karyawan, pemasok, dan pelanggan (Wening, 2009). Pada era modern seperti ini persaingan antar tiap perusahaan tidak dapat dihindari, setiap perusahaan berlomba lomba mencapai kinerja terbaik agar menarik minat para investor sebagai modal tambahan bagi perusahaan, para investor mempergunakan Laporan keuangan dalam mengukur kinerja suatu perusahaan, Laporan Keuangan sendiri tersusun atas laporan posisi keuangan, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan,

Laporan keuangan sendiri berguna sebagai alat bagi pihak internal maupun eksternal untuk mengambil sebuah keputusan, namun pada umumnya guna untuk mengukur kinerja perusahaan sekaligus kinerja manajemen pihak pemakai laporan keuangan cenderung lebih focus kepada informasi terkait laba didalam laporan laba rugi, dikarenakan informasi laba didalam laporan laba rugi dapat menaksir kinerja serta pertanggungjawaban manajemen (*Statement of Financial Accounting Concept* No. 1), dan juga laporan laba rugi juga dapat digunakan sebagai indikator efisiensi pemakaian dana yang ditanam di dalam perusahaan dimana kemudian dilakukan upaya perwujudan pada tingkatan pengembalian dan indikator bagi peningkatan kemakmuran (Ghozali, Chariri, 2007). Dengan demikian menstimulasi manajemen untuk melakukan manipulasi terkait informasi laba dalam laporan keuangan demi tercapainya suatu tujuan tertentu, aktivitas ini dikenal dengan manajemen laba (Scott, 2000).

Untuk dapat melakukan manajemen laba manajer mempergunakan berbagai pertimbangan yang mereka miliki pada pelaporan keuangan dan struktur transaksi yang kemudian digunakan dalam mengatur informasi laba dalam laporan keuangan (Belkaoui, 2006) mereka dalam Tujuan dilakukannya manajemen laba ialah upaya dalam mendorong peningkatan atas kesejahteraan suatu pihak

meskipun pada periode yang panjang tidak ditemukan perbedaan antara laba kumulatif perusahaan dengan laba yang bisa diidentifikasi menjadi sebuah keuntungan (Fisher dan Rosenzweig 1995).

Manajemen laba erat kaitannya dengan Teori Keagenan, dikarenakan manajemen laba timbul akibat terdapatnya hubungan agensi antara pihak yang memegang saham (*principal*) dan manajer (*agent*). Menurut (Jensen dan Meckling, 1976) Teori Keagenan menjabarkan mengenai hubungan agensi yang timbul dikarenakan satu atau lebih orang (*principal*) memperkerjakan individu lain (*agent*) agar dapat mendapatkan sebuah jasa selanjutnya melakukan pendelegasian wewenang mengenai pembentukan keputusan kepada agen tersebut. (Berle dan Means, 1932) Pemisahan kepemilikan dan kontrol adalah gambaran dari korporasi modern, sehingga dari pemisahan tersebut timbul sejumlah masalah agen didalam korporasi tersebut (Jensen dan Meckling, 1976), masalah tersebut biasa disebut dengan konflik agensi, Menurut (Faisal, 2004) Konflik agensi timbul karena adanya tindak oportunistik manajer untuk mensejahterakan diri mereka sendiri, sehingga timbul kepentingan yang berbeda antara para *principal* dengan manajer (*agent*). Masalah *principal-agent* lebih nyata ketika kepemilikan terpecah dan atau tersebar dengan demikian struktur kepemilikan tidak menyediakan insentif yang cukup untuk para pemegang saham (*shareholders*) untuk memonitori secara ketat kecenderungan yang secara samar dilakukan oleh manajerial untuk terlibat dalam *earnings management* (Koh, 2003; Ramsay dan Blair, 1993; Sheilfer dan Vishny, 1986).

Dengan terdapat perbedaan kepentingan antara *principal* dan agen menyebabkan timbulnya informasi yang tidak simetris, kemudian teori asimetris informasi berpendapat bahwa para manajer memiliki *private information*, dan eksternal *stakeholder* tidak memiliki itu, dimana *private information* yang dimaksud antara lain tentang perusahaan dan aliran penghasilan perusahaan tersebut, sehingga menjadi kesempatan dan dorongan tambahan bagi para manajer untuk terlibat dalam aktivitas manajemen laba.

Kompetisi Pasar Produk adalah kemampuan yang dimiliki perusahaan untuk dapat mempengaruhi harga pasar dan atau mengungguli perusahaan pesaing

(Greer, 1992), akhir akhir ini beberapa literatur menyatakan kompetisi pasar produk menjadi salah satu dari berbagai faktor kecenderungan manajemen terlibat dalam aktivitas manajemen laba (Datta et al., 2013; Markarian dan Santolo, 2014). Hubungan antara Kompetisi Pasar Produk dengan kebiasaan manajerial itu kompleks sehingga adanya dua pandangan. Pandangan yang pertama berpendapat bahwa peningkatan kompetisi pasar produk berpengaruh pula terhadap peningkatan aktivitas manajemen laba oleh manajer. (Hermalin dan Weisbach, 2012) berpendapat mempertinggi kekhawatiran akan karir, menghentikan trauma yang luar biasa bisa mengakibatkan meningkatnya ketersediaan informasi kepada pemilik, menunjukkan kompetisi pasar produk yang tinggi mendorong manajer untuk membuat manipulasi laba, yang berguna untuk membuat mereka terlihat lebih baik dari kenyataan, dan pandangan kedua berpendapat bahwa perusahaan bersaing untuk dana terbatas dari *market capital* dan meningkatkan kesempatan perusahaan untuk mengamankan dana, (Diamond dan Verrecchia, 1991) menunjukkan adanya peningkatan pengungkapan mengurangi adanya informasi yang tidak simetri, dan demikian mengurangi biaya modal perusahaan,

Berdasarkan penjelasan fenomena latar belakang yang sudah dijelaskan, penulis ingin mengembangkan topik penelitian ini dalam bentuk judul “Pengaruh Kompetisi Pasar Produk terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Non Keuangan di Indonesia”

1.2. Kesenjangan Penelitian

Penelitian terdahulu yang meneliti mengenai keterkaitan antara kompetisi pasar produk terhadap manajemen laba mendapatkan beragam hasil, riset yang dijalankan oleh Datta, Iskandar-Datta, dan Singh (2013) dengan menggunakan sample akhir 6019 perusahaan di dunia melalui COMPUSTAT dengan periode sampel 1987-2009 menunjukkan bahwa kompetisi pasar produk memberikan imbas pengaruh yang positif kepada manajemen laba, ini yang artinya sejalan terhadap pandangan yang pertama dimana perusahaan kompetisi pasar produk yang tinggi memaksa manajer guna menjalankan manajemen laba supaya membuat perusahaan terkesan baik atau lebih baik dari kenyataannya, begitu juga dengan riset yang dijalankan menggunakan sampel akhir sejumlah 26.103 perusahaan di

jepang dengan sampel periode dari tahun 2000-2013 oleh Yamaguchi (2016) mendapatkan hasil yang sama yang menunjukkan bahwa kompetisi pasar produk berasosiasi positif kepada manajemen laba, namun riset yang dijalankan Laksamana, dan Yang (2014) yang juga mempergunakan sampel akhir sebanyak 19.462 perusahaan di Amerika dengan periode sampel 1988-2007 mendapatkan hasil bahwa kompetisi pasar produk berpengaruh negatif dengan manajemen laba, sehingga menguatkan pandangan kedua bahwa dengan tingginya kompetisi pasar produk perusahaan mengurangi adanya informasi yang tidak simetri, dan penelitian yang dilakukan Wang Li, dan Chen (2015) dengan sampel akhir 8.252 perusahaan yang ada di China dengan sampel periode 2001-2011 memperoleh hasil bahwa kompetisi pasar produk di China tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.

Beberapa tahun terakhir terdapat kasus manajemen laba yang terungkap ke publik yakni PT. Tiga Pilar Sejahtera Food (AISA), ditemukan pengembungan 4 triliun, praktik ini diungkap oleh KAP Ernst and Young, yang berdampak pada ditanggukannya saham AISA pada tahun 2018, dulu juga ada kasus manajemen laba yang dilakukan Kimia Farma yang melakukan proses pencatatan penjualan ganda, dengan kasus kasus praktik manajemen laba yang telah terjadi tersebut mendorong peneliti untuk memilih Perusahaan Non Keuangan sebagai sampel penelitian. Pemilihan Perusahaan Non Keuangan didalam penelitian ini dikarenakan untuk mengukur apakah kompetisi diantara Perusahaan non keuangan yang cukup ketat membuat suatu peningkatan terhadap perusahaan untuk menjalankan praktik manajemen laba atau sebaliknya. Periode yang digunakan adalah tahun 2016- 2020 periode yang paling *relevant* untuk penelitian ini

Berdasarkan penjelasan fenomena latar belakang yang sudah dijelaskan dan ketidakonsistenan hasil yang dicapai penelitian-penelitian terdahulu, penulis ingin mengembangkan topik penelitian ini dalam bentuk judul “Pengaruh Kompetisi Pasar Produk terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Non Keuangan di Indonesia”

1.3. Rumusan Masalah Penelitian

Setelah menguraikan latar belakang atas permasalahan tersebut, peneliti mampu merumuskan permasalahan yang tepat untuk riset ini:

Apakah kompetisi pasar produk mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020?

1.4. Tujuan Penelitian

Rumusan masalah sudah diuraikan, kemudian tujuan penelitian ini yang sesuai untuk menjawab rumusan masalah, yaitu:

Pengaruh kompetisi pasar produk terhadap manajemen laba pada perusahaan non keuangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2016-2020.

1.5. Ringkasan Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Total sampel dalam penelitian berjumlah 244 sampel perusahaan non keuangan. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder yang diperoleh dari laporan keuangan perusahaan non keuangan yang telah diaudit yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2016-2020. Penelitian ini menggunakan regresi linier berganda

1.6. Ringkasan Hasil Penelitian

Hasil penelitian ditemukan bahwa kompetisi pasar produk berpengaruh negatif signifikan terhadap praktik manajemen laba; *Leverage* sebagai variabel control berpengaruh positif tidak signifikan terhadap manajemen laba; *Size* sebagai variabel control berpengaruh negative signifikan terhadap praktik manajemen laba; dan Audit sebagai variabel kontrol berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

1.7. Kontribusi Riset

Setelah menguraikan Tujuan Penelitian maka peneliti mengharapkan mendapatkan manfaat melalui riset ini yakni:

1. Untuk bidang akademik

Peneliti berharap riset ini bisa dijadikan sebagai pedoman untuk sejumlah riset yang mengembangkan Kompetisi Pasar Produk dan Manajemen Laba, dan semoga penelitian ini menambah wawasan dan memberikan informasi yang cukup mengenai masalah didalam penelitian ini.

2. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap riset ini menyampaikan sedikit penggambaran dari akibat yang ditimbulkan melalui kompetisi pasar kepada praktik manajemen laba diperusahaan.

3. Bagi pemakai laporan keuangan

Diharapkan penelitian ini dapat membantu sejumlah pihak yang menggunakan laporan keuangan untuk bisa mendeteksi laporan keuangan yang menjelaskan keadaan perusahaan sebaik-baiknya karena adanya potensi terjadi manajemen laba yang mengakibatkan asimetri informasi.

1.8. Sistematika Penulisan

Terdapat lima bab untuk penelitian ini, di bawah ini sistematika penulisan yang hendak dipergunakan pada riset ini:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini adalah bab yang memperlihatkan suatu gambaran singkat terhadap semua hal yang hendak diuraikan pada riset ini, dilakukan dengan membahas mengenai latar belakang masalah, kemudian setelah latar belakang, peneliti merumuskan masalah yang kemudian memberikan gambaran mengenai tujuan penelitian, setelah mengetahui tujuan penelitian maka akan ditemukan manfaat penelitian, dan juga penjelasan mengenai sistematika penulisan yang dipergunakan untuk riset ini berisi latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Didalam bab ini akan dipaparkan sejumlah teori yang berkaitan dengan peneliti, seperti teori agen, teori akuntansi positif, dan teori terhadap variabel variabel penelitian, dan mengkaji ulang penelitian sebelumnya sebagai pengembangan hipotesis, dan terakhir adalah kerangka konseptual bagi riset ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai masing masing variabel, teknik pengambilan sampel, jumlah data yang dipergunakan untuk riset ini, serta melakukan beberapa uji terhadap masing masing variabel untuk menemukan apakah variabel layak untuk dimasukkan kedalam penelitian, kemudian menguji seberapa pengaruh variabel bebas dan kontrol terhadap variabel terikat.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini membahas mengenai uji uji yang diuraikan pada bab 3, didalam bab ini hasil dari penelitian telah ditemukan, apakah pengembangan hipotesis sejalan dengan hasil yang diperoleh.

BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir menjelaskan kesimpulan singkat yang didapat dari riset ini, serta pemberian saran kepada sejumlah pihak yang terkait didalam riset ini.