

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pertanian adalah usaha industri yang meliputi pertanian kecil (tembakau, kopi, teh, karet, tebu, kelapa, dan lain sebagainya). Produksi dan hasil dari perkebunan ini adalah untuk memenuhi kebutuhan dalam negeri dan juga kebutuhan untuk meningkatkan nilai ekspor negara. Industri pertanian merupakan kekuatan dan penopang ekonomi negara. Industri pertanian memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional.

Industri pertanian memberikan peran yang sangat penting bagi fundamental ekonomi negara Indonesia. Dalam kondisi yang belum terurus dengan baik, industri pertanian dapat memberikan kontribusi yang besar terhadap penerimaan negara.

Industri pertanian di negara Indonesia semakin meningkat dan bertambah banyak sehingga memakan banyak lahan untuk pertanian. Bertumbuhnya konflik persaingan antar perusahaan mulai banyak terjadi. Sehingga akan terjadi persaingan dalam memperebutkan pangsa pasar dan konsumen. Dalam hal ini perusahaan harus lihai menilai dan memilih pangsa pasar dan produk yang di produksi.

Agar tercapai tujuan tersebut perusahaan harus berusaha mempertahankan dan meningkatkan keuntungan atau laba perusahaan. Usaha yang umum dilakukan untuk meningkatkan laba perusahaan yaitu dengan membuat strategi bisnis yang efektif dan efisien, serta usaha menguasai pasar. Usaha tersebut tidak lepas dari peranan manajemen perusahaan dalam melakukan strategi yang bagus untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pasar, sehingga posisi perusahaan di pasar dapat di pertahankan sekaligus ditingkatkan.

Begitu juga dengan ukuran perusahaan, yang mana terdiri dari perusahaan besar dan perusahaan kecil. Disini perusahaan yang besar atau yang memiliki tingkat kekayaan yang tinggi sudah pasti dipandang oleh

banyak investor sehingga dalam strategi bisnisnya tidak perlu melakukan manajemen laba tetapi bagi perusahaan kecil sering kali melakukan manajemen laba demi menampilkan ukuran perusahaan yang menjanjikan sehingga dapat menarik para investor. Manajemen laba sangat perlu dilakukan bagi para perusahaan kecil agar tidak mengalami kalah saing dengan para perusahaan besar.

Strategi bisnis adalah suatu kebijakan-kebijakan dan langkah-langkah untuk menentukan cara sebuah perusahaan bersaing dalam sebuah industri dan khususnya cara perusahaan membentuk keunggulan dalam bersaing untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Ini juga merupakan perencanaan bisnis jangka panjang. Dalam hal ini manajemen strategi bisnis akan mencakup periode yang cukup lama. Strategi bisnis melibatkan perumusan dan implementasi tujuan utama dan inisiatif yang diambil oleh manajemen puncak perusahaan atas nama pemilik, berdasarkan pertimbangan sumber daya dan penilaian lingkungan internal dan eksternal di mana perusahaan bersaing. Dimana strategi bisnis merupakan rencana permainan manajemen untuk memperkuat kinerja perusahaan.

Hasil penelitian Miles dan Snow (1978) menyatakan bahwa perusahaan yang tergolong dalam tipe strategi prospector adalah perusahaan yang secara terus menerus mencari peluang-peluang pasar baru dengan berkompetisi melalui produk baru dan market development serta bereksperimen dengan menggunakan respon-respon potensial terhadap kecenderungan lingkungan yang timbul. Biasanya perusahaan sulit mencari laba maksimum tetapi selalu menghindari profitabilitas yang rendah, karena lebih mementingkan efektifitas daripada efisiensi (Paylosa, 2014:04).

Agar perusahaan tetap diberi kepercayaan oleh investor untuk tetap menanamkan sahamnya, maka perusahaan akan menaikkan laba perusahaan. Jadi, semakin maksimal strategi prospector diterapkan suatu perusahaan, maka akan berpengaruh pada meningkatnya perusahaan melakukan manajemen laba. Oleh karena itu strategi prospector berpengaruh positif terhadap manajemen laba karena jika perusahaan

melakukan penghindaran pajak maka perusahaan cenderung melaporkan labanya lebih rendah untuk mengurangi beban pajak.

Hasil penelitian Miles dan Snow (1978) strategi defender yaitu apabila perusahaan tersebut beroperasi pada area produksi yang relatif stabil, dengan demikian perusahaan lebih menaruh perhatian pada upaya mempertahankan porsi pangsa pasar tertentu dari keseluruhan pasar dengan menciptakan produk dan jasa tertentu maupun jumlah customer yang stabil. Oleh karena itu, perusahaan tidak mengeluarkan banyak biaya untuk memenuhi kebutuhan produksinya, tetapi tetap menghasilkan laba yang stabil, maka tingkat tindakan manajemen laba perusahaan juga berkurang. Dengan demikian perusahaan tidak perlu memanipulasi labanya agar investor mau bergabung dengan perusahaannya, sehingga kemungkinan kecil perusahaan melakukan manajemen laba. Jadi semakin maksimal strategi defender diterapkan oleh perusahaan, maka hanya terdapat kemungkinan kecil perusahaan melakukan manajemen laba.

Ukuran perusahaan adalah total nilai kekayaan yang dimiliki perusahaan (Nurmalita, 2011:03). Perusahaan yang lebih besar umumnya mendapat perhatian lebih banyak dari pihak eksternal seperti investor, analis, maupun pemerintah, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam mengelola laporan keuangannya (Yatulhusna, 2015:34). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan manajemen laba, jika perusahaan masih berskala atau berukuran kecil maka kemungkinan terjadinya manajemen laba tinggi. Perusahaan yang berukuran besar mempunyai berbagai kelebihan dibanding perusahaan berukuran kecil. Kelebihan tersebut yang pertama adalah ukuran perusahaan dapat menentukan tingkat kemudahan perusahaan memperoleh dana dari pasar modal. Kedua, ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar (*Bargaining Power*) dalam kontrak keuangan. Dan ketiga, ada kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan *return* membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba (Sawir, 2004). Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok,

di antaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan (Suwito dan Herawaty, 2005) Total penjualan juga dapat digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan (Veronica dan Siddharta, 2005).

Manajemen laba adalah sebagai suatu proses mengambil langkah yang disengaja dalam batas prinsip akuntansi yang berterima umum baik itu didalam maupun diluar batas General Accepted Accounting Principle (GAAP). Copeland (1968: 10) mendefinisikan manajemen laba sebagai “ some ability to increase or decrease reported net income at will ”. ini berarti bahwa manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimalkan atau meminimumkan laba termasuk perataan laba, sesuai dengan keinginan manajer. Scott (2000) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi. Istilah intervensi dipakai sebagai dasar sebagian pihak untuk menilai manajemen laba sebagai kecurangan. Sementara pihak lain tetap menganggap aktivitas rekayasa manajerial ini bukan sebagai kecurangan. Alasannya, intervensi itu dilakukan manajer perusahaan dalam kerangka standar akuntansi, yaitu masih menggunakan metode dan prosedur akuntansi yang diterima dan diakui secara umum. Manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan sehingga menyesatkan stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk memengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah strategi bisnis mempengaruhi perusahaan untuk menggunakan manajemen laba?
2. Apakah ukuran perusahaan mempengaruhi perusahaan untuk menggunakan manajemen laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui apakah strategi bisnis mempengaruhi perusahaan untuk menggunakan manajemen laba.
2. Menganalisis apakah ukuran perusahaan mempengaruhi perusahaan untuk menggunakan manajemen laba.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi penulis

Dapat menerapkan teori – teori dan pengetahuan akan materi pada perkuliahan guna memahami aktivitas manajemen laba dalam perusahaan

2. Manfaat bagi pihak lain

Adapun manfaat diadakannya penelitian ini adalah dapat menambah pengetahuan dan pemahaman yang berkaitan dengan manajemen laba dalam perusahaan, sedangkan secara praktis penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perusahaan guna mengoptimalkan kegunaan manajemen laba.