BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan merupakan informasi yang sangat penting bagi pihak *stakeholder* untuk menilai kinerja suatu manajemen dalam perusahaan. Laporan keuangan menyediakan informasi yang menyangkut tentang posisi keuangan, kinerja perusahaan, pajak yang harus dibayarkan serta perubahan posisi keuangan yang diharapkan dapat bermanfaat bagi *stakeholder* dalam mengambil keputusan investasinya. Salah satu informasi potensial yang terkandung dalam laporan keuangan adalah informasi terkait dengan laba. Laba perusahaan merupakan informasi terpenting yang terdapat dalam laporan keuangan karena dalam laporan laba tercantum segala kegiatan operasional perusahaan dari penjualan, pendapatan, beban pajak dan segala aktivitas operasional yang dilakukan oleh perusahaan.

Menurut Subagyo & Oktavia (2010) pentingnya informasi laba bagi pihak-pihak yang berkepentingan disebabkan oleh laba menjadi dasar bagi perusahaan untuk menentukan seberapa besar kebijakan deviden, laba juga digunakan untuk memperhitungkan kewajiban perpajakan perusahaan, laba dipandang sebagai penentu atau pedoman dalam menentukah arah atau alur untuk melakukan investasi, laba diprediksi mampu untuk membantu dalam menentukan seberapa besar perusahaan mendapatkan keuntungan dan kejadian ekonomi pada masa yang akan datang atau masa depan perusahaan serta laba digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan, sehingga laba sering menjadi target rekayasa yang

dilakukan pihak manajemen untuk meminimalkan dan memaksimalkan keuntungan, dengan kata lain manajemen melakukan praktik manajemen laba dengan memanipulasi laporan keuangan (Santana & Wirakusuma, 2016).

Konsep mengenai manajemen laba dapat dijelaskan dengan menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*). Menurut Anthony & Govindarajan (2011) "teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara prinsipal dan agen". Yang menyatakan adanya hubungan antara pihak yang berkepentingan (prinsipal) dan pihak yang menjalankan kepentingan (agen). Teori agensi memiliki asumsi bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri dan berusaha untuk mencapai tingkat kemakmuran yang diinginkannya sehingga hal ini akan menimbulkan konflik kepentingan antara prinsipal dan agen.

Dalam praktik manajemen laba sampai saat ini masih menjadi perdebatan, karena pada satu sisi manajemen laba dipandang sebagai suatu tindakan yang seharusnya tidak boleh dilakukan karena dengan adanya manajemen laba maka infomasi yang diberikan tidak sepenuhnya mencerminkan keadaan perusahaan dan mengaburkan nilai perusahaan sehingga dapat menyebabkan *stakeholders* keliru dalam mengambil keputusan (Kamil, 2018). Pada sisi lainnya, manajemen laba dianggap sebagai sesuatu yang wajar dan merupakan tindakan rasional untuk memanfaatkan fleksibilitas dalam ketentuan untuk pelaporan keuangan dan dalam perundang-undangan tidak ada peraturan yang mengatur tentang manajemen laba sehingga perusahaan leluasan melakukan manajemen laba (Sanjaya, 2016).

Kegiatan manajemen laba akhir-akhir ini diperkirakan akan menjadi hal penting yang harus diperhatikan oleh *stakeholders*. Saat ini praktik manajemen laba menjadi isu sentral dan telah menjadi fenomena umum yang terjadi disejumlah prusahaan. Fenomena praktik manajemen laba di Indonesia sering terjadi karena pihak manajemen mempunyai kenyakinan bahwa pihak *stakeholders* tidak memiliki akses terkait dengan informasi perusahaan, sehingga *stakeholders* akan menganggap laporan keuangan tersebut sebagai laporan yang *true report* (Astari & Suputra, 2019). Manajemen laba seringkali dilakukan oleh para manajer untuk meningkatkan laba perusahaan dengan berbagai motivasi manajemen laba seperti misalnya membuat laporan keuangan terlihat lebih baik, dengan demikian memaksimalkan bonus yang diperoleh manajemen atau motivasi pajak untuk mengurangi jumlah pajak yang dibayarkan serta untuk meningkatkan kinerja perusahaan (Aditama & Purwaningsih, 2016).

Keputusan perusahaan untuk melakukan manajemen laba dipengaruhi oleh beberapa faktor salah satunya dalam bentuk pemberian insentif yang berupa insentif pajak dan insentif non-pajak. Insentif pajak sendiri merupakan perangsang yang diberikan untuk menjaga atau meningkatkan kinerja dari standar-standar yang telah ditetapkan. Insentif pajak muncul ketika perusahaan menganggap pajak sebagai salah satu komponen biaya yang akan mengurangi laba perusahaan, sehingga akan mendorong perusahaan melakukan manipulasi lapoaran keuangan agar pajak yang dibayarkan dapat diminimalisir (Isman, 2013). Oleh karenanya pemerintah menaruh perhatian lebih terhadap sektor pajak. Di Indonesia sendiri usaha untuk mendorong atau mengoptimalkan penerimaan sektor pajak dilakukan

melalui usaha memberikan insentif pajak yang berupa suatu perangsang yang ditawarkan kepada wajib pajak. Tujuan dari adanya insentif pajak adalah dapat meningkatkan investasi dan menurunkan beban pajak yang harus dibayarkan oleh perusahan secara legal, dimana dengan adanya insentif pajak yang diberikan kepada perusahaan mampu untuk meningkatkan kepatuhan wajib pajak dalam melakukan pembayaran kewajiban pajaknya kepada pemerintah (Buletin APBN, 2018).

Insentif non-pajak adalah insentif yang dilakukan untuk meningkatkan produktifitas karyawan, mendapatkan bonus, meningkatkan kinerja perusahaan dan mempertahankan (*stakeholder*) agar tetap berada dalam perusahaan. Dalam insentif non-pajak antar perusahaan akan berbeda, baik itu perusahaan yang memperoleh laba maupun perusahaan yang mengalami kerugian, hal ini akan menentukan kebijakan dari manajemen dalam melakukan manajemen laba (Prasetyo, *et al*,. 2017).

Dalam hubungannya dengan insentif pajak dan insentif non pajak terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perusahaan melakukan manajemen laba. Menurut hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi praktik manajemen laba. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba memiliki hasil konsisten dan tidak konsisten. Hasil penelitian konsisten yaitu pada variabel insentif non pajak variabel yang kosisten yaitu *earnings pressure* menurut penelitian yang dilakukan oleh Subagyo & Oktavia (2010), Tierya & Yuyetta (2012), Hardini (2013), dan Sutrisno,*et al.*, (2018), perusahaan cenderung melakukan *earning pressure*

untuk meningkatkan laba jika laba yang diperoleh perusahaan rendah guna meningkatkan labanya untuk menarik minat investor. Proksi *earnings bath* menurut penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Martini (2011), Tierya & Yuyetta (2012), Sutrisno,*et al.,* (2018) dan Zahdjuki (2018) menurut peneliti tingkat pengembalian ekuitas yang menjadi proksi *earnings bath* menjadi tolak ukur manajemen laba yang pada umumnya bersifat jangka panjang sehingga akan menjanjkan perusahaan untuk masa yang akan datang, oleh karena itu potensi untuk melakukan manajemen laba akan semankin menurun. Proksi ukuran perusahaan menurut penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni & Hadiprajitno (2013), Hardini (2013), Herlambang & Darsono (2015), Aorora (2018), Arthawan & Wirasedana (2018), Kurniawati (2018) secara konsisten menemukan adanya pengaruh signifikan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Sedangkan faktor-faktor yang secara konsisten tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba yaitu insentif pajak dengan proksi perencanaan pajak menurut penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Martini (2011), Hu, *et al.,* (2015), Hapsari & Mansilah (2016), Sutrisno. *et al.,* (2018) dan Yunila & Aryati (2018) menemukan adanya pengaruh perencanaan pajak terhadap manajeme laba, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Tierya & Yuyetta (2012), Hardini (2013), Kurnia (2017), Wardani & Santi (2018) dan Achyani & Lestari (2019) dalam penelitiannya tidak menemukan adanya pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba. Proksi peresentase saham disetor menurut penelitian yang dilakukan Subagyo & Oktavia (2010) dan Zeng (2015) menemukan adanya pengaruh antara persentase jumlah saham disetor terhadap

manajemen laba, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Martini (2011), Tierya & Yuyetta (2012) dan Hardini (2013) menemukan tidak adanya pengaruh antara persentase jumlah saham disetor terhadap manajemen laba.

Hasil tidak konsisten pada insentif non pajak yang terdiri dari tingkat hutang atau *leverage* menurut penelitian yang dilakukan oleh Agustia (2013), Kustyaningrum, *et al.*, (2016), Sutrisno, *et al.*, (2018) menemukan adanya pengaruh antara *leverage* terhadap manajemen laba sedangkan menurut penelitian Rice (2016), Purnama (2017), Widianingrum & Sunarto (2018) dan Suyoto & Dwimulyani (2019) tidak menemukan adanya pengaruh antara *leverage* terhadap manajemen laba.

Penelitian ini mengintegrasikan beberapa penelitian sebelumnya serta melakukan pengujian kembali variabel independen yang tidak konsisten yaitu perencanaan pajak, persentase jumlah saham disetor dan *leverage.* Pada penelitian ini penulis juga mengintegrasikan variabel independen sesuai saran dari penelitian sebelumnya yaitu menurut Achyani & Lestari (2019) untuk menambahkan variabel independen lainnya yang masih berbasis pada insentif pajak yaitu beban pajak tangguhan dan saran dari Hardini (2013) untuk menambahkan beban pajak kini. Untuk insentif non-pajak sesuai saran dari Wardani & Santi (2018) untuk menggunakan variabel kepemilikan manajerial dan saran yang diberikan oleh Sutrisno, *et al.*, (2018) untuk menggunakan variabel profitabilitas. Menurut penelitian terdahulu faktor-faktor ini dianggap mampu untuk mendeteksi kemungkinan perusahaan melakukan manajemen laba untuk mencapai tujuan perusahaan, serta peneliti berinisiatif untuk menambahkah *capital intensity ratio,*

dimana kebanyakan peneliti lain menggunakan *capital intensity ratio* sebagai variabel yang mempengaruhi perusahaan melakukan *tax rate* (ETR), sehingga peneliti mencoba untuk menggunakan variabel *capital intensity ratio* untuk membuktikan kemampuan *capital intensity ratio* dalam mempengaruhi praktik manajemen laba.

Penelitian ini berbeda dengan beberapa penelitian sebelumnya keterbatasan yang hanya menggunakan secara parsial atau menggunakan satu variabel pengukuran insentif pajak yaitu perencanaan pajak Subagyo & Oktavia (2010), Wijaya & Martini (2011), Tierya & Yuyetta (2012) dan Sutrisno (2018) sehingga untuk menutupi keterbatasan penelitian menambahkan proksi lainnya yaitu beban pajak tangguhan dan beban pajak kini sesuai saran penelitian terdahulu dan pada faktor insentif non-pajak pada penelitian terdahulu hanya menggunakan variabel yang disarankan oleh Yin & Chen (2004) dalam penelitian Wijaya & Martini (2011) yaitu *earning pressure, earning bath*, tingkat hutang dan ukuran perusahaan sehingga peneliti menambahkan proksi lainnya yaitu *capital intemtensity ratio,* kepemilikan manajerial dan profitabilitas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah perusahaan manufaktur yang ada di Bursa Efek Indonesia sesuai saran yang dberikan oleh Hapsari & Manzilah (2016) yang hanya menggunakan perusahaan manufaktur sub sektor industri barang konsumsi yang terdaftar di BEI sehingga penelitian selanjutnya dapat menggunakan sampel seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI.

Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan membahas masalah tersebut maka penulis melakukan penelitian dengan

membahas judul “Pengaruh Insentif Pajak dan Insentif Non-Pajak Terhadap Manajemen Laba”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, penelitian ini memiliki rumusan masalah adalah :

“Bagaimana pengaruh insentif pajak dan insentif non-pajak erhadap manajemen laba ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah maka tujuan utama dilakukan penelitian ini adalah :

“Untuk menganalisis pengaruh insentif pajak, dan insentif non- pajak terhadap manajemen laba”.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat penelitian secara teoritis dapat memberi tambahan pengetahuan dan dapat dijadikan bahan referensi serta kajian lebih lanjut khususnya yang mengkaji topik-topik yang berkaitan dengan manajemen laba.
2. Manfaat penelitian secara praktis, bagi para praktisi bisnis yang ingin atau sedang mempelajari ilmu terkait dengan ilmu manajemen laba, dapat menggunakan penelitian ini untuk memperluas cakrawala di bidang manajemen laba dengan tetap mematuhi peraturan perundang-undangan perpajakan untuk menerapkannya pada saat mengambil keputusan.

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan tesis ini dibagi menjadi 5 bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah mengenai tindakan perusahaan yang melakukan manajemen laba, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian yang akan dilakukan

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi landasan teori yang akan digunakan dalam penelitian yaitu teori manajemen laba, insentif pajak,insentif non-pajak dan teori agensi. Pada bab ini juga berisi tentang penelitian-penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini serta pengembangan hipotesis yang didasarkan pada dasar teori dan penelitian-penelitian terdahulu.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab ini berisi desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, dan pengukuran variabel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, dan teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi mengenai data yang digunakan dalam penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang telah dianalisis dengan metode penelitian yang telah ditentukan.

BAB 5 SIMPULAN, KETERBATASAN, DAN SARAN

Pada bab ini berisi simpulan yang diperoleh dari pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya serta saran yang ditujukan pada berbagai pihak yang terkait.