

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Dalam menjalankan usahanya perusahaan dihadapkan pada kebutuhan dana, baik untuk keperluan modal usaha maupun untuk perluasan usahanya. Ekspansi merupakan tindakan aktif yang dilakukan perusahaan untuk memperluas dan memperbesar cakupan usaha yang telah ada, akan tetapi untuk melakukan ekspansi, perusahaan harus siap menghadapi konsekuensi pemenuhan dana yang tidak sedikit. Pemenuhan kebutuhan dana tersebut dapat berasal dari dalam (internal) seperti penggunaan laba ditahan atau dari luar (eksternal) perusahaan seperti hutang dari kreditur (Riyanto, 2008). Upaya lainnya untuk memperoleh pendanaan yang berasal dari luar perusahaan adalah dengan penawaran perdana ke publik atau disebut *Initial public offering* (IPO). Keuntungan dari IPO adalah memberikan kemudahan untuk meningkatkan modal di masa mendatang karena ketersediaan dana yang tidak terbatas dan perusahaan tidak dibebankan bunga.

*Initial Public Offering* (IPO) merupakan saat yang penting bagi perusahaan. Penilaian investor terhadap kondisi dan prospek perusahaan akan menentukan besarnya dana yang dapat diakumulasi oleh perusahaan dari pasar modal. Keinginan perusahaan untuk mendapatkan nilai positif dari pasar yang selanjutnya menentukan jumlah dana yang diperoleh dapat menjadi insentif bagi manajer untuk menyusun prospektus yang

menarik, dan tentu saja laporan keuangan yang menarik. Laporan keuangan merupakan suatu cerminan dari kondisi suatu perusahaan karena di dalamnya memuat informasi-informasi yang dibutuhkan oleh pihak eksternal yang berkepentingan terhadap perusahaan, dimana salah satu parameter dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja keuangan adalah laba. Manajemen menyadari bahwa laba memperoleh perhatian besar dari para pemakai laporan keuangan, sehingga seorang manajer akan berusaha untuk menyajikan labanya sebaik mungkin yang dapat menunjukkan bahwa kinerja perusahaan yang dikelolanya baik. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan memanipulasi laba yang dilaporkan. Manipulasi laba tersebut dikenal dengan istilah manajemen laba (*earning management*) yang didefinisikan sebagai usaha pihak manajer ketika menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan mengubah laporan keuangan untuk menyesatkan *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu (Healy & Wahlen, 1999 dalam Sulistyanto 2008:48).

Pada saat penawaran publik perdana (IPO) biasanya terdapat ketidakseimbangan informasi yang tinggi antara investor dengan emiten. Kurangnya informasi mengenai perusahaan memaksa investor untuk mengandalkan informasi yang ada berupa laporan keuangan untuk dua sampai tiga tahun menjelang penawaran publik perdana, dan investor akan kesulitan untuk memahami secara penuh praktik manajemen laba yang mungkin dilakukan manajer. Schipper (1989) mengemukakan bahwa dalam kondisi demikian maka suatu dorongan dan kesempatan akan muncul dan tersedia bagi manajer

untuk melakukan manipulasi atau manajemen atas laba yang akan dilaporkan. Harga saham yang tinggi saat penawaran publik perdana dapat dicapai dengan membentuk persepsi investor akan nilai perusahaan yang lebih baik sebagaimana terungkap dalam laporan keuangan yang diumumkan perusahaan kepada publik.

Gumanti (2000) menyatakan bahwa *earnings management* dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan. *Earnings management* menjadi menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gambaran akan perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu yaitu adanya kemungkinan munculnya motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk mengatur data keuangan yang dilaporkan. Perlu dicatat bahwa *earnings management* tidak harus dikaitkan dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi (*accounting methods*) untuk mengatur keuntungan. Pernyataan serupa juga disampaikan oleh Halim, dkk tahun 2005 yang menyatakan bahwa jika pada suatu kondisi dimana pihak manajemen ternyata tidak berhasil mencapai target laba yang ditentukan, maka manajemen akan bertindak untuk memodifikasi laba yang masih sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku. Manajemen termotivasi untuk memperlihatkan kinerja yang baik dalam menghasilkan keuntungan maksimal bagi perusahaan sehingga manajemen cenderung memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memberikan informasi laba yang lebih baik.

Ada dua cara memahami *earnings management* (Sari, 2005) yaitu sebagai berikut:

1. Memandang *earnings management* sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, utang, dan kos politik.
2. Memandang *earnings management* dari perspektif kontrak efisien, artinya *earning management* memberi fleksibilitas bagi manajer untuk melindungi diri dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak.

Selain beberapa pernyataan di atas, konsep mengenai *earnings management* juga dapat dijelaskan melalui pendekatan teori keagenan (*agency theory*). Salno dan Baridwan (2000:19) menyatakan bahwa praktek *earnings management* dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya. *Agency theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pihak *principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk menyejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Sedangkan *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Konflik kepentingan semakin meningkat

terutama karena *principal* tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari untuk memastikan bahwa manajemen bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham (pemilik). Dalam hubungan keagenan, *principal* tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja *agent*. *Agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai kapasitas diri, lingkungan kerja, dan perusahaan secara keseluruhan. Hal inilah yang mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh *principal* dan *agent*. Ketidakseimbangan informasi ini yang disebut dengan asimetri informasi. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan *agent* memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Asimetri informasi dan konflik kepentingan yang terjadi antara *principal* dan *agent* mendorong *agent* untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya kepada *principal*, terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja *agent*. Salah satu bentuk tindakan *agent* disebut sebagai *earnings management* (Widyaningdyah, 2001).

Istilah *earning management* muncul sebagai konsekuensi langsung dari upaya-upaya manajer untuk melakukan manajemen informasi akuntansi, khususnya laba (*earnings*), demi kepentingan pribadi dan/atau perusahaan. Seperti yang diungkapkan oleh Wild, Subramayam dan Halsey (2004:93-94) dalam Hardy (2006) mengenai beberapa strategi yang dapat dilakukan oleh manajemen dalam pelaksanaan praktik *earning management* antara lain *increasing income*, *big bath*, dan *income smoothing*.

*Increasing income* dilakukan dengan mempercepat pencatatan pendapatan, menunda biaya, dan memindahkan biaya untuk periode lain, untuk meningkatkan keuntungan. *Big bath* dilaksanakan saat perusahaan mengalami kemunduran kinerja atau saat terjadi peristiwa yang tidak terjadi setiap harinya atau luar biasa. Sedangkan *income smoothing* diterapkan dengan sengaja menurunkan atau meningkatkan laba untuk mengurangi gejolak dalam pelaporan laba sehingga perusahaan terlihat stabil atau tidak berisiko tinggi.

Salah satu tujuan manajer melakukan manajemen laba pada saat perusahaan melakukan penawaran perdana (IPO) adalah untuk memperoleh imbal hasil atau *return* saham. *Return* merupakan hasil yang diperoleh dari suatu investasi. Menurut Jogiyanto (2003:109), *return* saham dibedakan menjadi dua yaitu *return* realisasi (*realized return*) dan *return* ekspektasi (*expected return*). *Return* realisasi merupakan *return* yang sudah terjadi yang dihitung berdasarkan data historis. *Return* realisasi ini penting dalam mengukur kinerja perusahaan dan sebagai dasar penentuan *return* dan risiko dimasa mendatang. *Return* ekspektasi merupakan *return* yang diharapkan di masa mendatang dan masih bersifat tidak pasti. Dalam melakukan investasi investor dihadapkan pada ketidakpastian (*uncertainty*) antara *return* yang akan diperoleh dengan risiko yang akan dihadapinya. Semakin besar *return* yang diharapkan akan diperoleh dari investasi, semakin besar pula risikonya, sehingga dikatakan bahwa *return* ekspektasi memiliki hubungan positif dengan risiko.

Beberapa penelitian mengenai *earnings management*, seperti yang dilakukan oleh Hardy (2006) dengan judul “Analisis Pengaruh Praktik *Earnings Management* terhadap *Return* Saham Sektor Industri Barang Konsumsi tahun 2002-2004” memberikan hasil bahwa *earnings management* tidak berpengaruh signifikan terhadap *return* saham. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Erlyanti (2007) dengan judul “Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Kinerja Saham Pada Perusahaan-Perusahaan Yang Melakukan Penawaran Umum Perdana (IPO) Studi pada 35 perusahaan Non Lembaga Keuangan yang melakukan penawaran umum perdana tahun 2000-2002” memberikan hasil bahwa *earnings management* berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja saham yang diukur oleh *return* saham.

Penelitian yang dilakukan oleh Rangga (2011) dengan judul “Pengaruh *Earnings Management* dan Pertumbuhan Dividen terhadap Harga Saham Pasar Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2008-2010” memberikan hasil bahwa secara parsial tidak terdapat pengaruh secara signifikan antara *earnings management* terhadap harga saham, namun secara simultan *earning management* dan pertumbuhan dividen berpengaruh signifikan terhadap harga saham.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Manajemen Laba (*Earnings Management*) Terhadap *Return* Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Penawaran Umum Perdana (IPO) Tahun 2010-2011”**

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka permasalahan yang hendak diuji adalah apakah manajemen laba (*earnings management*) memiliki pengaruh terhadap *return* saham pada perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) tahun 2010-2011?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis pengaruh manajemen laba (*earnings management*) terhadap *return* saham pada perusahaan yang melakukan penawaran umum perdana (IPO) tahun 2010-2011.

## 1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Bagi para akademisi

Memberikan bukti empiris mengenai pengaruh *earnings management* terhadap *return* saham.

2. Bagi investor maupun calon investor

Memberikan informasi yang dapat digunakan dalam proses pengambilan keputusan investasi.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi ketika akan melakukan penelitian mengenai pengaruh *earnings management* terhadap *return* saham.