

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 di Indonesia yang terjadi pada tahun 2020-2022 berdampak pada kinerja perusahaan, salah satunya adalah perusahaan farmasi. Perusahaan farmasi harus dapat menyesuaikan kondisi lingkungan dan masyarakat yang fluktuatif, dimana obat-obatan tertentu sangat dibutuhkan masyarakat untuk menunjang kesehatannya, obat-obatan yang dimaksud seperti obat batuk, vitamin, suplemen penambah kekebalan dan obat dari resep dokter. Tingginya permintaan masyarakat akan obat-obatan tersebut mengakibatkan laporan keuangan khususnya pada laba bersih perusahaan farmasi yang memproduksi obat-obatan itu ditahun 2020 sampai 2022 mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun sebelumnya.

Berikut laporan laba bersih yang dihasilkan oleh perusahaan farmasi di Bursa Efek Indonesia dari tahun 2018 hingga tahun 2022, untuk membandingkan laba perusahaan periode sebelum pandemi Covid-19 tahun 2018 dan 2019, dan saat terjadinya pandemi tahun 2020 sampai dengan tahun 2022, data ini diambil dari laporan keuangan tahunan perusahaan pada situs [IDX.co.id](https://www.idx.co.id) (2023) :

Tabel 1. 1 Laporan Laba Bersih

No	Kode Saham	2018 (Rp)	2019 (Rp)	2020 (Rp)	2021 (Rp)	2022 (Rp)
1	DVLA	200.651.968	221.783.249	162.072.984	146.725.628	149.375.011
2	INAF	(32.736.482.313)	7.961.966.026	30.020.709	(37.571.241.226)	(428.487.671.595)
3	KAEF	(109.782.957)	15.890.439	20.425.757	289.888.789	535.085.323
4	KLBF	2.497.261.964.757	2.537.601.823.645	2.799.622.515.814	3.232.007.683.281	3.450.083.412.291
5	MERK	1.163.324.165	78.256.797	71.902.263	131.660.834	179.837.759
6	PEHA	133.292.514	102.310.124	48.665.150	11.296.951	27.395.254
7	PYFA	8.447.447.988	9.342.718.039	22.104.364.267	5.478.952.440	275.472.011.358
8	SCPI	127.091.642	112.652.526	218.362.874	118.691.582	174.782.102
9	SIDO	663.849	807.689	934.016	1.260.898	1.104.714
10	TSPC	540.378.145.887	595.154.912.874	834.369.751.682	877.817.637.643	1.037.527.882.044

Sumber: diolah peneliti dari IDX.co.id (2022)

Sehubungan dengan data diatas diketahui bahwasannya, perusahaan farmasi mengalami perubahan laba di tiap tahunnya, dari data tersebut diketahui bahwa sebagian perusahaan farmasi mengalami peningkatan pendapatan, dan sebagian lainnya justru mengalami penurunan.

Laba merupakan tujuan atau patokan utama dalam pengambilan keputusan sehingga laba menjadi prioritas terpenting di suatu perusahaan. Memperoleh laba sebesar-besarnya merupakan tujuan utama unit usaha untuk

mencapai tingkat pertumbuhan yang tinggi dan pada akhirnya tujuan tersebut untuk memaksimalkan nilai unit usaha hingga dapat tercapai (Siska, 2009 ; Rahmatia, Madris and Nurbayani, 2019) Semakin meningkat nilai laba yang didapat oleh perusahaan maka menunjukkan prospek perusahaan yang bagus di masa mendatang, begitupun sebaliknya, jika laba perusahaan mengalami penurunan maka perusahaan dianggap kurang kompeten dalam pengelolaannya.

Informasi laba adalah salah satu komponen yang terdapat pada laporan keuangan perusahaan, komponen ini berperan penting bagi perusahaan dikarenakan dapat membantu mengestimasi laba yang bersifat presentatif dalam jangka waktu yang relatif panjang (*sales growth*), informasi ini juga dapat membantu perusahaan dalam menaksir resiko investasi atau menawarkan sebagai kreditur. Banyak keuntungan yang akan didapatkan oleh perusahaan jika laba yang diperoleh meningkat dan sesuai dengan target, diantaranya yaitu mendapat respon positif dari investor, investor akan semakin percaya bahwa perusahaan tersebut dapat memberikan keuntungan lebih, ketika dilihat dari nilai laba pada laporan keuangan perusahaan tiap periodenya selalu meningkat, dengan respon positif inilah yang akan meningkatkan harga saham untuk kemudian akan meningkatkan nilai perusahaan, juga meningkatkan kepercayaan kreditur jika perusahaan tersebut melakukan peminjaman. Namun jika laba yang didapat oleh perusahaan menurun dan tidak sesuai dengan target yang ditetapkan sebelumnya, maka manajemen laba sangat berperan penting dalam pelaporan laba perusahaan.

Peran manajemen laba dalam keberlangsungan sebuah usaha yang mengalami permasalahan baik berupa penurunan laba maupun tingginya pinjaman hutang sangatlah dibutuhkan, karena tingkat risiko yang akan menentukan nilai perusahaan, maka dari itu seorang manajer biasanya memilih tindakan manajemen laba untuk menghindari penurunan nilai perusahaan. Manajemen laba (*earnings management*) yaitu suatu proses yang disengaja, dengan batasan standar akuntansi keuangan untuk mengarahkan pelaporan laba pada tingkatan tertentu (Wirakusuma, 2016). Manajemen laba dapat didefinisikan juga sebagai tindakan suatu manajer atas penggunaan kebijakan akuntansi yang bertujuan untuk memengaruhi atau mengintervensi informasi pada laporan keuangan sehingga dapat mengelabui stakeholder atau orang-orang yang ingin mengetahui kondisi dan kinerja perusahaan secara umum.

Kebanyakan para pemegang saham menilai kinerja perusahaan dengan melihat kemampuan perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba. Hal ini yang mendorong manajer bertindak dalam manajemen laba. Adanya perbedaan pendapat antara pihak agen (manajer) dengan pihak prinsipal (pemegang saham) berupa pengalokasian dana dari arus kas bebas perusahaan, hal inilah yang menimbulkan konflik antar pihak, sehingga dibutuhkan tindakan yang dapat meminimalisir hal tersebut, dengan penerapan manajemen laba, pihak manajer berharap dapat menginvestasikan dana perusahaan pada proyek-proyek yang dapat menghasilkan keuantungan jangka panjang. Tingginya tingkat *leverage* perusahaan yang dianggap merugikan oleh pemegang saham dan kreditor, sehingga minat pemegang saham akan semakin menurun dan

akan sulit bagi perusahaan melakukan pinjaman pada kreditur, adanya manajemen laba diharapkan dapat membantu peningkatan keuangan perusahaan. Hal ini sejalan dengan ditetapkannya *agency theory* yang menyatakan bahwa hubungan antara pemegang saham (prinsipal) dengan manajer perusahaan (agen) yang menggunakan dana dari prinsipal. Adanya perbedaan kepentingan antara manajemen sebagai pihak internal dengan pemegang saham dan kreditur sebagai pihak eksternal perusahaan, yang mendorong manajemen melakukan tindakan laporan keuangan dibuat agar terlihat baik, sehingga kinerja dari manajemen juga terlihat baik (Kosasih and Paramitha, 2021)

Manajemen laba sebagai campur tangan atau intervensi yang disengaja pada proses pelaporan keuangan dengan motivasi atau tujuan utama yaitu untuk memperoleh keuntungan pribadi (Schipper, 1989 ; Wibisono and Fuad, 2019). Tindakan manajemen laba bisa jadi bersifat *cosmetic* atau akrual, yaitu tindakan manipulasi yang tidak menimbulkan konsekuensi terhadap arus kas. Dapat juga bersifat *real*, dimana manajer mengambil tindakan yang dapat menimbulkan konsekuensi pada arus kas perusahaan (Subramanyam, 2014). Sebagian orang beranggapan bahwa tindakan manajemen laba merupakan suatu kecurangan yang dilakukan oleh manajer untuk mengelabui *stakeholder*, dikarenakan data yang disajikan tidak sesuai dengan hasil yang sesungguhnya atau bukan data riil, padahal manajemen laba tidak dapat dikategorikan sebagai kecurangan sejauh tindakan yang dilakukannya dalam

mempengaruhi laba perusahaan tetap menggunakan prosedur akuntansi yang diterima dan diakui secara umum.

Studi empiris terkait manajemen laba telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sehingga munculnya research gap dikarenakan hasil dari setiap penelitian yang berbeda, yang dihubungkan dengan beberapa variabel lain, diantaranya variabel yang akan penulis bahas yaitu mengenai, *free cash flow*, *leverage*, dan *sales growth*. Dari ketiga pengaruh tersebut dapat menentukan apakah tindakan manajer untuk melakukan manajemen laba sangat dibutuhkan dalam perusahaan tersebut, ataukah hanya dibutuhkan dalam beberapa masalah perusahaan saja. Oleh karena itu, perhitungan dari ketiga pengaruh tersebut dibutuhkan untuk menentukan tindakan yang harus dilakukan oleh manajer dalam melakukan manajemen laba.

Free cash flow (FCF) adalah sisa kas yang dimiliki oleh perusahaan setelah digunakan untuk aktivitas investasi dan pembayaran kegiatan operasional perusahaan. Tingginya *free cash flow* memberikan peluang bagi manajemen untuk melakukan manajemen laba. Hal ini terjadi dikarenakan adanya masalah keagenan. Pada teori agensi ini menyatakan bahwa konflik terjadi karena adanya kepentingan antara pihak prinsipal dengan agen (Hastuti, Arfan and Diantimala, 2018). Prinsipal ingin meningkatkan kesejahteraan dengan membagikan *free cash flow* perusahaan dalam bentuk dividen. Menurut manajer (agen) pembagian dividen dianggap dapat mengurangi sumber daya kekuasaannya untuk melakukan investasi kembali.

Penelitian yang menunjukkan bahwa *free cash flow* berpengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba (Irawan and Apriwenni, 2021), hasil tersebut sejalan dengan pernyataan bahwa, *free cash flow* yang dimiliki perusahaan tersebut besar, maka semakin besar pula intervensi informasi akuntansi yang dilakukan manajer dalam pelaporan keuangan (Hastuti, Arfan and Diantimala, 2018). Hal ini berkaitan dengan teori agensi yaitu adanya konflik kepentingan antara agent dan principal (Company, Jensen and Meckling, 1976). Konflik ini terjadi karena tingginya *free cash flow* perusahaan maka dari pihak principal menginginkan untuk dibagikan sebagai dividen, sedangkan bagi pihak agen (manajer) lebih memilih menggunakan *free cash flow* tersebut untuk aktivitas investasi perusahaan. Jika hasil dari investasi tersebut tidak menguntungkan perusahaan atau mengalami kegagalan, maka pihak manajer akan bertindak dalam manajemen laba untuk menutupi kerugian yang diakibatkan oleh ketidakefisienan dalam penggunaan *free cash flow*.

Penelitian lain menyatakan bahwa, hasil dari hipotesis *free cash flow* tidak berpengaruh (tidak signifikan) terhadap manajemen laba (Fatmala and Riharjo, 2021). Hal tersebut dikarenakan semakin tinggi nilai *free cash flow* perusahaan maka kinerja perusahaan dianggap baik karena pencapaian laba perusahaan telah sesuai dengan target awal yang telah ditetapkan, sehingga manajemen laba tidak dibutuhkan untuk mempengaruhi pelaporan keuangan. Hasil ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa semakin besar nilai *free cash flow* suatu perusahaan, maka perusahaan tersebut dapat dikatakan sehat karena memiliki kas yang tersedia untuk biaya operasional, pembagian

deviden, dan pembayaran hutang. Sehingga manajemen laba suda tidak dibutuhkan (White at al., 2013:68 ; Fatmala and Riharjo, 2021)

Leverage adalah hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai asetnya dalam rangka menjalankan aktivitas operasionalnya (Gunawan, 2015). Kontek *leverage* menyatakan jika perusahaan memiliki hutang yang cukup banyak maka terlihat jelek dimata investor dan kreditur, karena nilai hutang yang lebih besar dibandingkan dengan nilai aset yang dimiliki mengakibatkan perusahaan tersebut kesulitan membayar hutang yang sudah jatuh tempo. Untuk menghindari hal tersebut penggunaan hutang akan diminimalisir dalam manajemen laba.

Hasil penelitian yang menyatakan bahwa variabel *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba (Sari and Susilowati, 2021). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan maka semakin dibutuhkan pula manajemen laba. Jumlah hutang perusahaan yang cukup besar, mengakibatkan risiko bisnis yang dihadapi juga semakin tinggi. Dikhawatirkan perusahaan tersebut tidak dapat membayar hutang yang ada, sehingga terjadilah Pelanggaran kontrak hutang. Manipulasi dalam bentuk manajemen laba sangat dibutuhkan dengan tujuan untuk menghindari Pelanggaran perjanjian hutang.

Penelitian lain menyatakan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, yang artinya semakin tinggi nilai *leverage* suatu perusahaan, maka tindakan manajer dalam manajemen laba tidak dilakukan (Febria, 2020).

Hal ini terjadi dikarenakan tingginya aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang menunjukkan bahwa perusahaan tersebut tidak dapat membayar kewajibannya, sehingga resiko yang muncul akibat tingkat hutang yang tinggi dibanding dengan asetnya sehingga ancaman ketidakmampuan perusahaan dalam membayar kewajibannya muncul. Manajemen laba tidak dilakukan agar terhindar dari resiko tersebut dan dapat kepercayaan dari pihak lain (Wiyadi et al., 2015 ; Febria, 2020).

Sales growth (SG) menunjukkan bahwa tingkat keberhasilan operasional dari perusahaan di periode masa lalu dan digunakan untuk memprediksi pertumbuhan di masa depan (Pantow et al, 2015). *Sales growth* dapat dikatakan berpengaruh terhadap manajemen laba dikarenakan perusahaan yang labanya selalu mengalami kenaikan dari periode ke periode secara konsisten maka akan mengakibatkan resiko, perusahaan akan mengalami penurunan lebih besar dibandingkan dengan presentase kenaikan labanya. Pernyataan tersebut juga dijelaskan dalam jurnal yang menyatakan bahwa, jika penjualan dan laba perusahaan mengalami peningkatan tiap tahunnya, dengan pembiayaan hutang dan beban memiliki jumlah yang tetap, maka hal ini akan meningkatkan pendapatan pemilik saham (Sulistyanto, 2018). Sehingga manajemen laba dibutuhkan dalam pelaporannya seiring dengan semakin tingginya pertumbuhan penjualan suatu perusahaan.

Hasil Penelitian yang menyatakan bahwa *sales growth* secara parsial tidak memiliki pengaruh (tidak signifikan) terhadap manajemen laba, dimana tingkat perkiraan pendapatan yang semakin meningkat pada periode yang akan

datang tidak mempengaruhi tindakan manajemen laba, dengan demikian manajer harus bisa mempertahankan pada trends laba dan penjualan di setiap tahunnya, sehingga pertumbuhan penjualan perusahaan tidak mempengaruhi tindakan manajer dalam manajemen laba (Ridwan Ananta and Juliana Dillak, 2022).

Hasil penelitian yang berbeda menyatakan bahwa *sales growth* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang meningkat dan secara pesat justru memiliki kecenderungan untuk menaikkan labanya dengan tujuan untuk menarik perhatian para investor agar tetap menginvestasikan dananya pada perusahaan tersebut (Hapsoro and Annisa, 2017). Adapun jurnal yang menyatakan bahwa perusahaan yang berhadapan dengan biaya politik cenderung untuk melakukan rekayasa penurunan laba yang bertujuan untuk meminimalkan biaya politik yang harus perusahaan tanggung (Scott, 1997 ; Hapsoro and Annisa, 2017).

Peranan Bursa Efek Indonesia (BEI) sangat membantu masyarakat Indonesia, diantaranya yaitu untuk sarana berinvestasi masyarakat dan bagi perusahaan yang telah *gopublic* juga dapat menjadi sarana pendapatan tambahan modal dengan melakukan penerbitan saham sebagai tanda kepemilikan. Bursa Efek Indonesia merupakan perusahaan modal. Hasil terbaru menyatakan bahwa terdapat 825 Perusahaan dengan 9 sektor dan 55 sub sektor yang terdaftar didalamnya, salah satu sub sektor yang akan dijadikan objek dalam penelitian ini yaitu sub sektor farmasi. Sub sektor ini termasuk

dalam perusahaan yang bergerak dibidang manufaktur, artinya perusahaan melakukan pengelolaan dari barang mentah (bahan baku) hingga barang tersebut siap untuk dipasarkan dan atau didistribusikan.

Perusahaan farmasi berperan penting dalam tingkat pemenuhan kesehatan masyarakat. Perusahaan farmasi adalah perusahaan bisnis komersial yang memiliki fokus dalam meneliti, mengembangkan dan mendistribusikan obat-obatan. Perusahaan farmasi merupakan industri yang sangat memanfaatkan modal intelektual (Sharabati, 2010 ; Mawarsih, 2016). Salah satu ciri pokok dari perusahaan farmasi yaitu perusahaan ini memiliki modal kerja yang besar, dikarenakan bahan baku yang diperlukan perusahaan relatif mahal, sehingga aktiva lancar yang dibutuhkan oleh perusahaan ini juga relatif besar dibandingkan dengan perusahaan di sektor lain.

Pada tahun 2019, diketahui terdapat 206 pelaku industri farmasi di Indonesia yang terdiri dari 178 perusahaan swasta, 4 perusahaan BUMN, dan 24 perusahaan asing (PMA). Akan tetapi hanya 10 perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, diantaranya pada produk obat-obatan kimia dan tradisional (Aliah and Dessyana, 2022), dari 10 perusahaan yang tercantum tersebut penulis akan melakukan penelitian dengan jangka waktu 5 periode yaitu 2018, 2019, 2020, 2021 dan 2022.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari *free cash flow*, *leverage*, dan *sales growth* dalam manajemen laba terkhusus pada perusahaan farmasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2018

sampai 2022. Mengingat besarnya pengaruh manajemen laba dalam keberhasilan perusahaan khususnya pada perusahaan farmasi, maka penulis mengangkat dan mengkaji masalah ini dalam skripsi dengan judul:

“Pengaruh *Free Cash Flow*, *Leverage*, dan *Sales Growth* Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Farmasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2022”.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas diperoleh beberapa rumusan masalah, diantaranya yaitu:

1. Apakah *free cash flow* (FCF) berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022?
2. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022?
3. Apakah *sales growth* (SG) berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh *free cash flow* (FCF) terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022.

2. Untuk mengetahui pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022.
3. Untuk mengetahui pengaruh *sales growth* (SG) terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI Tahun 2018-2022.

D. Manfaat Penelitian

Banyak sekali manfaat yang didapatkan dari penelitian ini, diantaranya yaitu:

1. Bagi Perusahaan Farmasi

Penelitian ini dapat digunakan perusahaan untuk mengukur seberapa besar pengaruh *free cash flow*, *leverage*, dan *sales growth* terhadap penggunaan manajemen laba pada tiap perusahaan farmasi Tahun 2018-2022, juga dapat membantu perusahaan dalam menentukan praktik manajemen laba.

2. Bagi Pihak Lain

Penulis harap penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi oleh peneliti lain sehubungan dengan pengaruh *free cash flow*, *leverage*, dan *sales growth* terhadap manajemen laba, dengan objek perusahaan yang berbeda dan dengan periode terbaru, sehingga dapat menambah pengetahuan akan pengaruh tiap variabelnya.

3. Bagi Penulis

Yang penulis dapatkan dari hasil penelitian ini yaitu pemahaman dan pengetahuan akan pengaruh dari *free cash flow*, *leverage*, dan *sales growth* terhadap manajemen laba dalam setiap perusahaan farmasi, dan juga sebagai bentuk pengembangan kemampuan.

4. Bagi Sekolah atau Universitas

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya dalam pengembangan ilmu seiring dengan perkembangan zaman, juga dapat membantu pemenuhan kewajiban bagi Universitas Muhammadiyah Surabaya untuk syarat kelulusan Mahasiswanya.

