

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Pasar modal yang diselenggarakan oleh BEI meliputi transaksi saham dan transaksi surat hutang (obligasi swasta dan obligasi pemerintah). BEI memiliki sebelas jenis indeks harga saham, salah satu di antaranya adalah indeks sektoral. Indeks sektoral terbagi menjadi tiga, yaitu sektor utama (industri penghasil bahan baku), sektor kedua (industri manufaktur), dan sektor ketiga (industri jasa). Perusahaan manufaktur adalah perusahaan industri pengolahan yang mengolah bahan baku menjadi barang jadi. Perusahaan manufaktur di BEI digolongkan kedalam 3 sektor, yaitu: sektor industri dasar dan kimia, sektor aneka industri, dan sektor industri barang konsumsi. Sektor industri barang konsumsi dibagi lagi menjadi 5 sub sektor, salah satunya adalah sub sektor food and beverage (sahamok, 2019).

Sektor *foods and beverage* termasuk saham-saham yang paling tahan dengan krisis moneter atau ekonomi dibandingkan dengan sektor lain, karena dalam kondisi apapun krisis maupun tidak krisis sebagian produk makanan dan minuman pasti akan tetap dibutuhkan. Peran sektor itu terlihat dari kontribusinya yang konsisten dan signifikan terhadap produk domestik bruto (PDB) industri non-minyak dan gas serta peningkatan realisasi investasi.

Kementerian Perindustrian mencatat sumbangan industri makanan dan minuman terhadap PDB industri nonmigas mencapai 34,95 persen pada triwulan ketiga 2017. Hasil itu menjadikan sektor makanan dan minuman menjadi kontributor PDB industri terbesar dibanding subsektor lain. Selain itu, capaian tersebut mengalami kenaikan 4 persen dibanding periode yang sama pada 2016. Sedangkan kontribusinya terhadap PDB nasional 6,21 persen pada triwulan ketiga 2017 atau naik 3,85 persen dibanding periode yang sama tahun sebelumnya.

Selanjutnya, dilihat dari perkembangan realisasi investasi, sektor industri makanan dan minuman untuk penanaman modal dalam negeri pada triwulan ketiga 2017 mencapai Rp 27,92 triliun atau meningkat 16,3 persen dibanding periode yang sama tahun lalu. Sedangkan penanaman modal asing US\$ 1,46 miliar. Untuk menjaga pertumbuhan sektor itu tetap tinggi, kata Airlangga, Kementerian terus mendorong pelaku industri makanan dan minuman nasional agar memanfaatkan potensi pasar dalam negeri. “Indonesia, dengan memiliki jumlah penduduk sebanyak 258,7 juta orang, menjadi pangsa pasar yang sangat menjanjikan,”. ([Bisnis Tempo](#), 2019)

Selain itu, di Indonesia sendiri perusahaan makanan dan minuman sangat berkembang pesat, dapat dilihat dari perusahaan yang terdaftar di BEI dari periode ke periode yang terus bertambah dan berkembang. Hingga saat ini Jumlah perusahaan sektor *foods and beverage* yang terdaftar di BEI cukup banyak dibandingkan dengan perusahaan lainnya yaitu berjumlah 18 perusahaan.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Laporan keuangan merupakan komunikasi sarana informasi keuangan kepada pihak-pihak diluar korporasi. Laporan keuangan berisi informasi mengenai kinerja perusahaan dalam kurun waktu satu periode yang terdiri dari neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan ekuitas, laporan arus kas, dan catatan atas laporan keuangan. Informasi yang terdapat didalam laporan keuangan yang dibuat dan disajikan oleh pihak manajemen digunakan sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para pemegang saham.

Hendriksen dan Van Breda (2002) ,hal yang mendasari konsep teori keagenan muncul dari perluasan dari satu individu pelaku ekonomi informasi menjadi dua individu. Salah satu individu ini menjadi agent untuk yang lain yang disebut principal. Agent membuat kontrak untuk melakukan tugas-tugas tertentu bagi principal, principal membuat kontrak untuk memberi imbalan pada agent. Principal mempekerjakan agent untuk melakukan tugas untuk kepentingan principal, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari principal ke agent. Analoginya mungkin seperti antara pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan itu. Para pemilik disebut evaluator informasi dan agen-agen mereka disebut pengambil keputusan. Hubungan agensi dikatakan terjadi ketika terdapat sebuah kontrak antara seseorang (atau beberapa orang), seorang prinsipal dan seseorang (atau beberapa orang) lain, seorang agen untuk melakukan pelayanan bagi kepentingan prinsipal mencakup sebuah pendelegasian wewenang pembuatan keputusan kepada agen.

Jensen dan Meckling (1976), menyatakan manajemen diberikan sebagian kekuasaan untuk membuat keputusan bagi kepentingan terbaik pemegang saham. Sehingga akan terdapat informasi yang tidak simetris yang disebabkan oleh manajer berada didalam perusahaan sehingga manajer mempunyai banyak informasi mengenai perusahaan, sedangkan prinsipal sangat jarang atau bahkan tidak pernah datang ke perusahaan sehingga informasi yang diperoleh sangat sedikit (Yushita, 2010).

Hal ini menyebabkan kontrak efisien tidak pernah terlaksana sehingga hubungan agen dan prinsipal selalu dilandasi oleh asimetri informasi. Agen sebagai pengendali perusahaan pasti memiliki informasi yang lebih baik dan lebih banyak dibandingkan dengan prinsipal. Di samping itu, karena verifikasi sangat sulit dilakukan, maka tindakan agen pun sangat sulit untuk diamati. Dengan demikian, membuka peluang agen untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri dengan melakukan tindakan yang tidak semestinya atau sering disebut *disfunctional behaviour*, dimana tindakan ini dapat merugikan prinsipal, baik memanfaatkan aset perusahaan untuk kepentingan pribadi, maupun perekrutannya kinerja perusahaan.

Masalah keagenan (*agency problem*) muncul ketika principal kesulitan untuk memastikan bahwa agent bertindak untuk memaksimalkan kesejahteraan principal (Yushita, 2010). Manajemen bersikap tidak membedakan terhadap risiko, sedangkan pemilik menghindari risiko, tetapi manajemen dan bukan pemilik yang menanggung risiko dengan bayaran tertentu. Konflik kepentingan semakin meningkat terutama karena prinsipal tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari secara terus menerus untuk memastikan bahwa manajemen bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal.

Biaya keagenan didefinisikan sebagai jumlah dari biaya yang dikeluarkan prinsipal untuk melakukan pengawasan terhadap agen. Hampir mustahil bagi perusahaan untuk memiliki zero *agency cost* dalam rangka menjamin manajer akan mengambil keputusan yang optimal dari pandangan *shareholders* karena adanya perbedaan kepentingan yang besar diantara mereka. Jensen dan Meckling (1976) membagi biaya keagenan ini menjadi *monitoring cost*, *bonding cost* dan *residual loss*. *Monitoring cost* adalah biaya yang timbul dan ditanggung oleh principal untuk memonitor perilaku agent, yaitu untuk mengukur, mengamati, dan mengontrol perilaku agent. *Bonding cost* merupakan biaya yang ditanggung oleh agent untuk menetapkan dan mematuhi mekanisme yang menjamin bahwa agent akan bertindak untuk kepentingan principal. Selanjutnya *residual loss* merupakan pengorbanan yang berupa berkurangnya kemakmuran principal sebagai akibat dari perbedaan keputusan agent dan keputusan principal.

Scott (2000) menyatakan bahwa inti dari Agency Theory atau teori keagenan adalah pendesainan kontrak yang tepat untuk menyelaraskan kepentingan prinsipal dan agen dalam hal terjadi konflik kepentingan. Aplikasi agency theory dapat terwujud dalam kontrak kerja yang akan mengatur proporsi hak dan kewajiban masing-masing pihak dengan tetap memperhitungkan kemanfaatan secara keseluruhan. Kontrak kerja merupakan seperangkat aturan yang mengatur mengenai mekanisme bagi hasil, baik yang berupa keuntungan, return maupun risiko-risiko yang disetujui oleh prinsipal dan agen. Kontrak kerja akan menjadi optimal bila kontrak dapat fairness yaitu mampu menyeimbangkan antara prinsipal dan agen yang secara matematis memperlihatkan pelaksanaan kewajiban yang optimal oleh agen dan pemberian insentif/imbalan khusus yang memuaskan dari prinsipal ke agen.

Dalam proses pengambilan keputusan, laba merupakan salah satu ukuran kinerja yang sering digunakan. Informasi mengenai laba suatu perusahaan dapat menjadi sangat material karena laba perusahaan merupakan informasi yang penting bagi publik maupun investor dalam mengambil suatu keputusan.

Berlandaskan pada kenyataan, tidak jarang laporan keuangan hanya digunakan untuk mengetahui informasi laba saja, tanpa memandang bagaimana proses laba tersebut didapatkan. Hal inilah yang mendorong pihak manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba. Karena secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan Sulistyanto (2008:6).

Menurut Subramanyam dan Wild (2010:131) terdapat tiga jenis manajemen laba. Yang pertama manajer meningkatkan laba (*increasing income*) periode kini. Yang kedua manajer melakukan “mandi besar” (*big bath*) melalui pengurangan laba pada suatu periode. Yang ketiga manajer mengurangi fluktuasi laba dengan perataan laba (*Income Smoothing*).

Fenomena yang belum lama ini ditemukan (tahun 2014) yaitu kasus manipulasi laporan keuangan oleh PT. CocaCola Indonesia (PT CCI). Manipulasi yang dilakukan dengan mengakali pajak sehingga menimbulkan kekurangan pembayaran pajak senilai Rp. 49,24 Milyar. Kasus ini terjadi untuk tahun pajak

2002, 2003, 2004 dan 2006. Hasil penelusuran Direktorat Jenderal Pajak (DJP), Kementerian Keuangan menemukan, ada pembengkakan biaya yang besar pada tahun itu. Beban biaya yang besar menyebabkan penghasilan kena pajak berkurang, sehingga setoran pajaknya pun mengecil. Akibatnya, ada penurunan penghasilan kena pajak. Menurut DJP, total penghasilan pajak kena pajak CCI pada periode itu adalah Rp. 603,48 Milyar. Sedangkan perhitungan CCI, penghasilan kena pajak hanyalah Rp. 492,59 Milyar. Dengan selisih itu, DJP menghitung kekurangan pajak penghasilan CCI sebesar Rp. 49,24 Milyar. (sumber: www.kompas.com)

Kemudian juga manipulasi laba yang dilakukan oleh PT Kimia Farma Tbk. Pada tahun 2002 PT Kimia Farma mengindikasikan adanya praktik manajemen laba dengan menaikkan laba hingga Rp. 31,7 Milyar. Praktik manajemen laba tersebut diduga terkait dengan keinginan manajemen lama untuk dipilih kembali oleh pemerintah guna mengelola perusahaan farmasi tersebut. (sumber: www.bisnis.tempo.co)

Selanjutnya manipulasi yang dilakukan oleh PT. IDOFARMA Tbk pada tahun 2004 yang menyajikan laba dengan menaikkan overstated laba bersih senilai Rp. 28,780 Milyar sehingga dampak dari penilaian persediaan barang dalam proses yang lebih tinggi dari yang seharusnya, sehingga harga pokok penjualan tahun tersebut understated. Target yang ingin dicapai dalam praktik ini adalah menaikkan laba. (sumber: www.detik.com)

Fenomena yang terjadi juga pada perusahaan foods and beverages di Indonesia yang dilakukan oleh PT. Indofood Sukses Makmur Tbk yang mengalami tingkat penurunan pada debt ratio pada tahun 2014-2015, yang artinya lebih sedikit aset perusahaan yang dibiayai oleh kreditur. Semakin rendah rasio hutang, maka akan semakin bagus kondisi perusahaan tersebut. Sebab, artinya hanya sebagian kecil aset perusahaan yang dibiayai dengan hutang, dan perusahaan tidak akan khawatir akan habisnya keuntungan dari usaha karena untuk membiayai hutang. Akan tetapi hal tersebut justru bertolak belakang dengan kelangsungan dari PT Indofood Sukses Makmur Tbk yang justru menunjukkan penurunan laba dari tahun 2014 ke tahun 2015 seiring menurunnya debt ratio. Padahal apabila debt ratio turun maka akan berkurang kewajiba perusahaan dalam membayar hutang ke kreditur dan seharusnya laba perusahaan akan bertambah. (sumber: www.idx.com)

Kemudian manipulasi lainnya yang dilakukan oleh perusahaan sektor foods and beverages di Indonesia adalah PT. Tiga Pilar Sejahtera Tbk (AISA) yang diduga melakukan manipulasi harga beras melalui anak usahanya (tahun 2017). Diduga perusahaan tersebut telah mengubah gabah yang dibeli seharga Rp. 4.900 dari petani kemudian mencantumkan merek premium di labelnya dan dijual seharga Rp 13.700 per kilogram dan 'Cap Ayam Jago' seharga Rp. 20.400 per kilogram. Dimana pemerintah telah menetapkan harga eceran tertinggi (HET) untuk komoditas pangan dan premium sebesar Rp. 9.000. Kebijakan ini dinilai terlalu berat sehingga PT AISA memilih melakukan manipulasi harga beras. (sumber: okezone.com)

Perataan laba merupakan strategi yang paling banyak digunakan oleh perusahaan, dibuktikan dengan sudah banyaknya penelitian yang menggunakan praktik perataan laba sebagai variabel dari penelitian tersebut, namun masih menunjukkan variasi dari hasilnya, maka dari ketiga strategi manajemen laba, dipilihlah perataan laba sebagai bahasan dalam penelitian ini.

Menurut Riahi dan Belkaoui (2011:73), perataan laba merupakan pengurangan fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan dari tahun - tahun yang tinggi pendapatannya ke periode - periode yang kurang menguntungkan.

Perataan laba ini merupakan usaha yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan dengan cara memperkecil laba yang dilaporkan, apabila laba aktual perusahaan lebih besar dari laba normal yang sebelumnya sudah diramalkan dan diperhitungkan, serta usaha untuk memperbesar laba apabila laba aktual perusahaan lebih kecil dari laba normal, hal ini sesuai dengan salah satu tujuan dilakukannya praktik perataan laba yaitu mengurangi fluktuasi laba perusahaan dari tahun ke tahun. Dengan dilakukannya praktik perataan laba ini akan meyakinkan para investor bahwa perusahaan seolah - olah memiliki tingkat fluktuasi laba yang kecil, sehingga investor tertarik untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut dan yakin akan keputusan investasinya. Hal ini sejalan dengan Dewi dan Sujana (2014) yaitu saham perusahaan yang memberikan laba stabil menggambarkan kinerja manajemen yang baik, kelangsungan hidup perusahaan terjamin dan keamanan investasi.

Sebagai usaha untuk mengurangi fluktuasi laba yang diperoleh perusahaan, perataan laba menjadi salah satu bentuk manajemen laba yang digunakan oleh manajemen pada perusahaan-perusahaan yang listing di Bursa Efek Indonesia. Usaha manajemen melalui perataan laba dilakukan dengan sengaja supaya memberikan persepsi pada investor tentang kestabilan laba yang diperoleh perusahaan (Prasetio;2002)

Dari pernyataan tersebut menguatkan bahwa laba menjadi suatu hal yang sangat dipertimbangkan oleh investor dalam mengambil keputusan untuk tetap melanjutkan investasi atau mengalihkan ke investasi yang lain. Sehingga memicu manajer perusahaan untuk berusaha menyajikan laporan berupa informasi yang dapat meningkatkan baik dari nilai perusahaan maupun dari kualitas manajemen perusahaan itu sendiri. Dimanipulasi laba secara tidak langsung juga menyebabkan rasio keuangan dalam laporan keuangan ikut dimanipulasi yang dapat berdampak pada pengguna laporan keuangan dalam menggunakan informasi untuk tujuan pengambilan keputusan. Sehingga ada kecenderungan informasi dalam laporan keuangan dapat dimanfaatkan investor untuk kepentingannya sendiri, maupun kerugian karena salah dalam pengambilan keputusan.

Salah satu variabel yang sering diteliti pengaruhnya terhadap manajemen laba adalah profitabilitas. Profitabilitas merupakan salah satu variabel yang sering diteliti kaitannya dengan manajemen laba. Profitabilitas sendiri merupakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Bila perusahaan memiliki profitabilitas yang memadai, perusahaan memiliki peluang untuk mempertahankan keberlanjutan usahanya (Solihin, 2009). Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan (profitabilitas), karena mereka mengharapkan dividen dan harga pasar dari sahamnya (Fahmi, 2011). Profitabilitas dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan Return On Asset (ROA). Return on Assets (ROA) adalah rasio yang mengukur seberapa efisien suatu perusahaan dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan laba selama suatu periode. Rasio ROA yang lebih tinggi menunjukkan bahwa perusahaan tersebut lebih efektif dan efisien dalam mengelola asetnya untuk menghasilkan jumlah laba bersih yang lebih besar. Maka dari itu ROA cocok digunakan pada perusahaan sektor otomotif dan komponen, dimana nilai kapitalisasi pasar sektor otomotif dan komponen besar dan meningkat tiap tahunnya dibandingkan sektor lain. Sehingga dana yang akan ditanamkan ke dalam aktiva semakin meningkat yang akan digunakan untuk menghasilkan laba.

Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuan untuk mendapatkan keuntungan (profitabilitas), karena mereka mengharapkan dividen dan harga pasar dari sahamnya (Fahmi, 2011). Dengan profitabilitas akan membantu investor untuk menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama satu periode tertentu. Dimana semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kinerja dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan juga semakin tinggi.

Maka dari itu, profitabilitas sangat berhubungan dengan terjadinya praktik manajemen laba karena ketika suatu perusahaan memperoleh profitabilitas yang kecil pada periode tersebut akan memicu perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan menaikkan pendapatan yang diperoleh sehingga akan menarik minat para investor dan juga untuk mempertahankan investor yang sudah ada.

Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Nasihah (2015) yang menyatakan bahwa variabel independen profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Tetapi, berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan Larinka (2015) yang menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Tidak hanya kualitas audit dan profitabilitas, ukuran perusahaan juga merupakan salah satu faktor terjadinya manajemen laba. Terdapat dua pandangan tentang bentuk hubungan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Pandangan pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan manajemen laba. Karena perusahaan besar memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks dibandingkan perusahaan kecil, sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan manajemen laba. Perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan perataan laba atau salah satu bentuk dari manajemen laba dibandingkan perusahaan kecil, karena memiliki biaya politik lebih besar.

Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen. Sehingga dalam penelitian yang dilakukan oleh Nyoman Ari dan Gusti Ayu (2015) ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Ali Usman dkk (2015) Hasil mengungkapkan bahwa ada hubungan positif antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba, karena perusahaan besar memiliki tekanan dari investor dan analis keuangan untuk menunjukkan peningkatan laba karena, ukuran perusahaan merupakan indikator penting dalam menjelaskan pemilihan metode akuntansi. Ukuran perusahaan dapat digolongkan sebagai salah satu unsur dari lingkungan kerja yang akan turut mempengaruhi persepsi manajemen nantinya.

Menurut Agusti dan Pramesti (2007), perusahaan besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba, karena perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Salah satu unsur dari lingkungan kerja yang dapat mempengaruhi persepsi manajemen dan pihak lainnya adalah ukuran perusahaan.

Namun, hal ini berbeda dengan penelitian Hardi (2015) yang menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Tetapi, berbeda dengan penelitian Aprina (2015) yang mengatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Leverage menunjukkan sejauh mana aset perusahaan telah dibiayai oleh penggunaan utang (Kasmir, 2013: 151). Pada penelitian ini leverage dihitung menggunakan Debt to Asset Ratio (DAR) dimana hal ini untuk mengetahui seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. Tingkat leverage yang rendah, mengindikasikan bahwa perusahaan cenderung memiliki risiko yang rendah, karena perbandingan nilai aset perusahaan lebih besar dibandingkan hutang. Sedangkan tingkat leverage yang tinggi mengindikasikan bahwa semakin besar pendanaan aset perusahaan melalui hutang, hal inilah yang menunjukkan risiko perusahaan yang tinggi karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Perusahaan dengan tingkat leverage yang tinggi diduga cenderung melakukan praktik perataan laba, karena dengan perataan laba, perusahaan dapat menstabilkan kondisi keuangan perusahaan dengan jumlah hutang yang besar, namun dengan laba yang besar pula. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yaitu Fatmawati dan Djajanti (2015) menunjukkan bahwa leverage berpengaruh signifikan secara positif terhadap perataan laba. Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Butar Butar dan Sudarsi (2012) yang mengatakan bahwa *Leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini diberi judul **Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* Terhadap Perataan Laba (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2017)**

1.3 Perumusan Masalah

Laporan keuangan merupakan sarana komunikasi informasi keuangan kepada pihak-pihak diluar korporasi. Laporan keuangan berisi informasi mengenai kinerja suatu perusahaan dalam kurun satu periode. Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan yang dibuat dan disajikan oleh pihak manajemen digunakan sebagai tolak ukur dalam pengambilan keputusan yang dilakukan oleh para pemegang saham. Berbagai upaya dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan agar laba yang dihasilkan dapat stabil, karena investor cenderung melihat laba perusahaan untuk melakukan investasinya. Hal ini yang mendorong suatu perusahaan untuk melakukan praktik perataan laba. Laba perusahaan yang cenderung stabil memberikan pengaruh kepada investor bahwa perusahaan tersebut aman untuk keputusan investasinya.

Pada beberapa perusahaan, terdapat banyak perusahaan yang memiliki laba relatif stabil, akan tetapi belum tentu perusahaan yang memiliki laba stabil tersebut melakukan praktik perataan laba, oleh karena itu dalam penelitian ini akan dibuktikan dengan mengikut sertakan faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi praktik perataan laba pada perusahaan seperti ukuran perusahaan,

profitabilitas dan nilai saham.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Dari rumusan masalah yang telah diuraikan, penelitian ini bermaksud menguji pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* terhadap Perataan laba pada perusahaan *Foods and beverages*. Pertanyaan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Perataan laba pada perusahaan *Foods and beverages* pada tahun 2014-2017?
2. Bagaimana Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap Perataan Laba pada perusahaan *Foods and beverages* pada tahun 2014-2017?
3. Bagaimana Bagaimana Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap Perataan Laba pada perusahaan *Foods and beverages*, yaitu :
 - a) Bagaimana Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Perataan laba pada tahun 2014-2017?
 - b) Bagaimana Profitabilitas berpengaruh terhadap Perataan laba pada tahun 2014-2017?
 - c) Bagaimana *Leverage* berpengaruh terhadap Perataan laba pada tahun 2014-2017?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan penelitian di atas, penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, *Leverage* dan Perataan laba pada perusahaan *Foods and beverages* pada tahun 2014-2017
2. Untuk menguji apakah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan *Leverage* berpengaruh secara simultan terhadap Perataan laba pada perusahaan *Foods and beverage* pada tahun 2014-2017.
3. Untuk menguji apakah Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan *Leverage* berpengaruh secara parsial terhadap Perataan Laba, yaitu:
 - a) Untuk menguji apakah Ukuran Perusahaana berpengaruh terhadap Perataan Laba pada tahun 2014-2017.
 - b) Untuk menguji apakah Profitabilitas berpengaruh terhadap Perataan Laba pada tahun 2014-2017.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Manfaat seacara teoritis yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan wawasan pembaca dan juga penulis mengenai praktik perataan laba pada perusahaan *foods and beverages* di Indonesia.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan pedoman pustaka untuk penelitian selanjutnya.
3. Dapat digunakan sebagai salah satu bacaan dan juga ilmu pengetahuan.

1.6.2 Aspek Praktis

Manfaat peraktis yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini, antara lain sebagai berikut:

1. Bagi manajemen perusahaan.
Semoga dapat menjadi bahan pertimbangan manajemen perusahaan dalam menyajikan laporan keuangan yang sesuai dengan keadaan perusahaan tanpa adanya tambahan unsur kepentingan perusahaan sehingga laporan keuangan dapat memberikan informasi yang akurat serta bermanfaat sesuai dengan fungsinya.
2. Bagi investor.

Penelitian diharapkan dapat membantu investor sebagai salah satu masukan dalam melakukan penilaian dan pengukuran atas suatu laporan keuangan perusahaan untuk mengambil keputusan investasinya.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan 1 (satu) variabel terikat (dependen) dan 3 (tiga) variabel bebas (independen). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah perataan laba. Dan variabel bebas yang mungkin mempengaruhi perataan laba yaitu ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage*. Dalam penelitian ini akan dikaji pengaruh baik secara simultan maupun secara parsial faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi praktik perataan laba.

Peelitian ini menggunakan laporan keuangan dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.idx.co.id) dan objek penelitian yang digunakan adalah sektor *foods and beverages*. Data penelitian ini diambil dari laporan tahunan yang di peroleh peneliti dari situs resmi Bursa Efek Indonesia (www.id.co.id) dan juga situs resmi dari perusahaan yang bersangkutan.

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dari bulan September 2019 sampai dengan bulan November 2019. Periode penelitian menggunakan laporan tahunan perusahaan sektor *foods and beverages* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014-2017.

1.8 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Pembahasan dalam skripsi ini akan dibagi dalam lima bab yang terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika penulisan skripsi ini secara garis besar adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum dan ringkas yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Dalam bab ini peneliti mengemukakan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Bab ini mengemukakan dengan jelas dan ringkas hasil tinjauan kepustakaan yang terkait dengan topik dan variabel penelitian sebagai dasar penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, tahapan pelaksanaan

penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan dan sumber data, serta teknik analisis data dan pengujian hipotesis.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas deskripsi penelitian berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan dan pembahasan hasil dari analisis penelitian, serta pengujian dan analisis hipotesis.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memuat mengenai kesimpulan hasil penelitian serta saran dari peneliti dilihat dari aspek teoritis dan aspek praktis

