

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian, upaya perusahaan untuk mengembangkan usahanya akan semakin meningkat. Perusahaan akan membutuhkan tambahan modal yang dapat diperoleh melalui penjualan saham baru. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk menjual saham baru diantaranya dengan: menjual kepada pemegang saham yang sudah ada, menjual kepada karyawan melalui ESOP (*Employee Stock Ownership Plan*), menambah saham melalui dividen yang tidak dibagi, dijual langsung kepada pembeli tunggal secara privat atau menawarkan kepada publik.

Proses penawaran sebagian saham perusahaan kepada masyarakat melalui bursa efek disebut *go public*. Proses penawaran publik mengindikasikan bahwa perusahaan berada pada tahap pertumbuhan sehingga perusahaan akan membutuhkan dana yang relatif besar. Keadaan ini menyebabkan semua perusahaan privat yang sedang dalam pertumbuhan cepat atau lambat akan menjadi perusahaan publik (*go public*). Perusahaan yang melakukan *go public* mendapatkan tambahan dana yang dapat digunakan untuk pengembangan usaha.

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. Pada saat perusahaan melakukan IPO (*Initial Public Offering*) umumnya

investor memiliki informasi yang terbatas. Untuk itu perusahaan harus membuat prospektus. Prospektus berisi informasi serta fakta material mengenai penawaran umum emiten baik berupa informasi keuangan maupun non keuangan. Informasi dalam prospektus memberikan gambaran tentang kondisi, prospek ekonomi, rencana investasi, ramalan laba dan dividen yang akan membantu investor dalam pembuatan keputusan yang rasional mengenai risiko dan nilai saham sesungguhnya yang ditawarkan emiten (Kim et. al, 1995 dalam Misnen, 2003).

Informasi keuangan khususnya informasi laba merupakan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh investor dibandingkan dengan informasi lainnya. Menyadari ketergantungan calon investor dan *underwriter* terhadap informasi yang dimuat dalam prospektus mendorong *issuers* untuk menyajikan informasi yang dapat memperlihatkan bahwa perusahaan memiliki kinerja (*performance*) yang baik. Oleh karena itu, *issuers* akan berusaha mengatur tingkat laba yang dilaporkan dengan memilih metode-metode akuntansi tertentu sehingga dapat meningkatkan penerimaan dari IPO. Tindakan ini dikenal dengan istilah manajemen laba (*earnings management*). Penelitian terdahulu membuktikan bahwa keinginan untuk mempengaruhi keputusan pasar dalam mengalokasikan dana dapat memicu perusahaan untuk menaikkan laba pada saat penyusunan laporan keuangan di seputar IPO (Aharoney et al, 1993; Friedlan 1994; Teoh et al 1998 dalam Gumanti 2001).

Manajemen laba dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti reputasi auditor, jumlah dewan direksi, *leverage* dan persentase saham yang ditawarkan

menganalisis tentang pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap manajemen laba pada saat IPO. Reni Yendrawati (2004) menganalisis tentang faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan yang go publik di Indonesia dengan sampel 32 perusahaan manufaktur yang melakukan IPO selama tahun 1996-2002. Dari hasil pengujian ditemukan bukti bahwa hanya *leverage* yang berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan reputasi auditor, jumlah dewan direksi dan persentase saham yang ditawarkan kepada publik saat IPO tidak mempengaruhi manajemen laba.

Beberapa penelitian sebelumnya yang bertujuan untuk mengetahui adanya manajemen laba, berhasil menemukan bukti-bukti empiris bahwa manajemen laba memang terjadi, namun beberapa peneliti dengan topik yang sama tidak menemukan bukti adanya manajemen laba atau terbukti tetapi lemah. Bukti-bukti tentang adanya *earnings management* antara lain ditunjukkan oleh Jones (1991), Friedlan (1994), Gumanti (2001), Lilis Setiawati (2002), Reni Yendrawati (2004), Surifah (2000), John J.O.I. Ihalauw dan Ummi Arifa Afni (2002), Cormier, Magnan dan Morard (1998), Teoh, Welsh dan Wong (1998), dan Neill, Pourciau, Schaefer (1995). Sementara itu, penelitian-penelitian yang tidak menemukan bukti tentang adanya manajemen laba atau terbukti tetapi lemah antara lain adalah De Angelo (1986), Aharoney, Lin dan Loeb (1993), Black, Sellers dan Manly (1998).

Telaah terhadap manajemen laba pada saat perusahaan akan go publik ini penting karena dua hal. Pertama, Teoh et. al. (1998) dalam Setiawati (2002)

saat IPO. Kedua, kesenjangan informasi antara perusahaan dengan calon investor pada saat IPO mempertinggi probabilitas bagi perusahaan untuk menaikkan laba dan tidak terdeteksi oleh pasar. Penelitian Richardson (1998) dalam Setiawati (2002) membuktikan bahwa semakin tinggi informasi asimetri, maka semakin tinggi manajemen laba.

Meskipun studi tentang manajemen laba dalam IPO telah banyak dilakukan, namun penelitian di bidang ini masih merupakan masalah yang menarik untuk diteliti karena praktik manajemen laba sulit untuk dideteksi. Beberapa hasil penelitian justru menunjukkan adanya hubungan yang positif antara praktik manajemen laba dengan nilai pasar perusahaan. Sehingga pada perusahaan yang melakukan manajemen laba justru mendapat respon yang positif oleh para pelaku pasar modal. Pasar modal yang sistem atau peraturan pendukungnya sangat baik (*well established*) ternyata masih memungkinkan terjadinya manajemen laba pada perusahaan yang *go public*. Maka timbul suatu pertanyaan apakah kita memang benar-benar harus memperhatikan manajemen laba? Hal inilah yang mendorong penulis untuk mengadakan penelitian dalam area ini.

Penelitian ini merupakan replikasi penelitian-penelitian sebelumnya dan bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba dengan meneliti perusahaan yang baru go publik di pasar modal Indonesia. Penelitian ini berbeda dari penelitian sebelumnya dalam hal periode pengamatan

Atas dasar pertimbangan di atas maka penulis memilih judul “ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MANAJEMEN LABA DALAM *Initial Public Offering* (IPO)”.

B. Rumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara reputasi auditor, jumlah dewan direksi, *leverage*, persentase saham yang ditawarkan kepada publik saat IPO, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba?

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reputasi auditor, jumlah dewan direksi, *leverage*, persentase saham yang ditawarkan kepada publik saat IPO, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini bermanfaat untuk memberikan bukti empiris sebagai masukan bagi para akademisi dan calon investor mengenai pengaruh reputasi auditor, jumlah dewan direksi, *leverage*, persentase saham yang ditawarkan kepada publik saat IPO, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan yang go public di Indonesia.