

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Setiap perusahaan memiliki tujuan dan orientasi terutama untuk memperoleh laba yang berkualitas. Perusahaan akan menjaga keberlangsungan hidup perusahaan dengan memperoleh laba yang sebesar-besarnya. Laba yang berkualitas dapat mencerminkan kinerja keuangan perusahaan dan juga mempengaruhi laba perusahaan dimasa yang akan mendatang . Menurut Fanani (2014) Salah satu komponen penting dari kualitas laba adalah persistensi laba. Persistensi laba adalah kondisi bahwa laba pada periode sekarang adalah refleksi dari laba yang diharapkan di masa depan (*expected future earnings*). Persistensi laba diartikan sebagai laba yang optimal, berkelanjutan, dan stabil dengan penyajian sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku.

Perusahaan membutuhkan suatu sistem yang memiliki kemampuan untuk mendukung dan mempersatukan berbagai tujuan ke dalam suatu tujuan bersama yang pada akhirnya tujuan tersebut adalah memperoleh laba (Muhtadi, 2009). Menurut (Sloan, 1996) dalam Persistensi laba penting bagi para pengguna laporan keuangan, khususnya bagi mereka yang mengharap tingkat persistensi laba yang tinggi. Persistensi laba merupakan ukuran yang dijadikan dasar untuk menentukan laba pada periode depan berdasarkan periode sebelumnya dan perusahaan dapat mempertahankan jumlah laba yang diperoleh saat ini sampai masa yang akan datang.

Laba dijadikan sebagai salah satu alat pengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan bagi investor. Informasi laba sangat penting bagi para calon investor dalam mengambil keputusan penanaman dana pada suatu perusahaan dengan melihat laba yang disajikan dalam laporan keuangan. Kebanyakan dari para pengguna laporan keuangan hanya berfokus pada laba pada suatu periode berjalan tanpa memperhatikan laba pada periode selanjutnya. Suatu laba yang disajikan dalam laporan keuangan diharapkan dapat memberikan informasi yang berkualitas bagi para pengguna yang berarti laba yang dicantumkan pada laporan keuangan dapat mencerminkan laba yang berkelanjutan (*sustainable earnings*) di masa mendatang.

Investor akan memutuskan meletakkan dananya pada perusahaan yang dinilai *profitable* atau mempunyai laba yang berkelanjutan di masa yang akan datang, karena hakikatnya tujuan para investor berinvestasi ialah memperoleh keuntungan, maka dari itu *agent* atau pihak manajemen wajib menjalankan tugas dengan baik sebagai bentuk pertanggung jawaban kepada *principal* atau investor. Laba yang disajikan dalam laporan keuangan pun dapat menjadi salah satu faktor dalam pembuatan keputusan, sehingga *agent* pun wajib membuat laporan keuangan yang akuntabel serta *reliable* isinya, sehingga dapat menjadi acuan valid dalam pembuatan keputusan, sehingga tidak menyesatkan investor ataupun pihak yang berkepentingan.

Terdapat banyak sekali faktor yang dapat memengaruhi persistensi laba suatu perusahaan. Faktor-faktor yang memengaruhi tingkat persistensi laba antara lain volatilitas arus kas, besaran akrual, volatilitas penjualan, tingkat hutang, dan

siklus operasi perusahaan (Fanani, 2014). Pada penelitian ini, penulis melakukan modifikasi beberapa faktor yang berkaitan dengan persistensi laba. Faktor-faktor yang memengaruhi persistensi laba perusahaan yang dianalisis dalam penelitian ini adalah good corporate governance, sales growth dan yang merupakan kombinasi dari penelitian yang dilakukan oleh (Khafid, 2012), (Kontino, Pratomo, & Triyanto, 2016) dan (MAHDIAH, 2020).

Salah satu variabel yang penulis coba analisis yaitu pengaruh corporate governance terhadap persistensi laba. Penulis merangkum penelitian yang telah dilakukan oleh (Junawatiningsih & Harto, 2014) yang menunjukkan bahwa variabel komite audit berpengaruh terhadap Persistensi Laba. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Niu, 2006) berpendapat bahwa komposisi anggota dewan sangat penting dalam keakuratan proses akuntansi keuangan. Komite audit yang anggotanya terdiri dari pihak eksternal perusahaan diyakini memiliki independensi dalam pengawasan dan pengendalian proses laporan keuangan. Selain itu, dengan komite audit yang memiliki latar belakang pengetahuan akuntansi, memberikan kontribusi dalam pelaporan keuangan yang sesuai dengan standar akuntansi keuangan yang telah ditetapkan. Laporan keuangan yang disusun sesuai dengan standar akuntansi keuangan menjadikan laporan keuangan lebih berkualitas. Selain itu, laporan keuangan dikatakan berkualitas apabila telah memenuhi karakteristik kualitatif laporan keuangan yaitu relevan dan handal. Terciptanya proses pelaporan keuangan yang relevan dan handal menjadikan informasi laba mempunyai nilai prediksi dimasa mendatang, yang diharapkan dapat menjamin terciptanya laba yang persisten bagi perusahaan.

Dalam penelitian yang dilakukan Khafid (2012) menyatakan bahwa komposisi dewan komisaris terbukti secara signifikan berpengaruh terhadap persistensi laba. Hal ini membuktikan bahwa independensi dewan komisaris sangat efektif dalam melakukan fungsi pengawasan terhadap kinerja manajemen dalam hal pelaporan keuangan pada umumnya dan pelaporan laba pada khususnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Niu (2006) yang menyatakan bahwa salah satu faktor penting yang mempengaruhi integritas proses akuntansi keuangan adalah keterlibatan dan kualitas dewan komisaris, dimana dewan komisaris bertanggung jawab untuk memberikan pengawasan atas kinerja manajemen dan menyampaikannya kepada para pemegang saham lainnya.

Variabel selanjutnya yang penulis akan uji adalah sales growth atau pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan dapat mengindikasikan tingkat laba yang persisten. Dalam penelitiannya (Kontino et al., 2016) melakukan pengukuran pada rasio pertumbuhan penjualan. Berdasarkan hasil pengujian yang dilakukan, secara simultan variabel pertumbuhan penjualan (*sales growth*) tidak memiliki pengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial, didapatkan hasil yang menunjukkan variabel pertumbuhan penjualan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persistensi laba.. Untuk dapat menjaga tingkat persistensi laba, perusahaan harus menjaga tingkat penjualan. Hal ini dikarenakan pentingnya peran penjualan dalam menghasilkan laba.

Menurut (Setiawati, 2014) perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi akan mempunyai kesempatan memperoleh laba yang tinggi di masa depan.



Sehingga informasi laba perusahaan tersebut akan mendapatkan respons positif di pasar. Pertumbuhan perusahaan juga dapat dinilai dari kesempatan bertumbuh yang menggambarkan prospek pertumbuhan perusahaan di masa depan. Perusahaan dengan kesempatan bertumbuh yang tinggi diharapkan akan memberikan profit yang tinggi dan melaporkan laba yang lebih persisten.

Beberapa penelitian yang dilakukan menyatakan bahwa profitabilitas rasio mengukur kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba, dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, seperti aktiva, modal, atau penjualan perusahaan (Ilyas & Hertati, 2022). Rasio profitabilitas mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi mencerminkan kemampuan sebuah perusahaan untuk mengelola aktiva dengan produktif, sehingga dapat menghasilkan laba serta keuntungan yang tinggi bagi para pemegang saham.

Semakin banyak keuntungan yang didapatkan maka tercermin kinerja manajemen yang baik dalam mengelola sebuah perusahaan. Profitabilitas sebuah perusahaan berdampak baik pada keputusan investor sehingga investor akan merasa yakin dalam menanamkan modal diperusahaan yang profit nya tinggi dan sebaliknya jika tingkat profitabilitas rendah pada sebuah perusahaan maka investor akan ragu menanamkan modalnya diperusahaan tersebut. Profitabilitas tinggi pada sebuah perusahaan diyakini berpengaruh positif terhadap persistensi laba.

Perusahaan Industri consumer goods berasal dari industri yang bergerak di bidang manufaktur pengelola bahan baku menjadi barang jadi yang nantinya akan dikonsumsi oleh masyarakat luas. Tak heran jika saham consumer goods menjadi incaran oleh para investor karena produknya yang digunakan oleh masyarakat sehari-hari. jenis produk consumer goods apa yang Anda tawarkan akan memengaruhi strategi pemasaran yang akan diterapkan. Selain pemasaran, pelayanan pelanggannya pun akan disesuaikan. Produk yang banyak dicari pasti berbeda dengan produk yang jarang dicari pelanggan. Oleh karena itu, sistem pelayanan pelanggan yang dipersonalisasi akan jauh lebih efektif dan efisien bagi operasional bisnis. Salah satu karakteristik consumer good adalah non cyclical karena tidak dipengaruhi oleh kebutuhan ekonomi. Bursa Efek Indonesia membuat klasifikasi emten consumer goods masuk dalam sektor non cyclical.

Dari variabel dependen dan independen yang penulis paparkan, populasi yang penulis pilih untuk diteliti adalah perusahaan consumer goods industry atau barang konsumsi/barang akhir. Perkembangan industri consumer goods saat ini yang semakin pesat membawa dampak yang signifikan dalam industri tersebut, yaitu persaingan antar perusahaan sejenis yang semakin ketat. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan kinerja perusahaan dengan semaksimal mungkin agar tetap unggul dalam persaingan yang dalam hal ini tercermin dari laba atau profit yang dihasilkan. Banyak dari perusahaan yang tidak dapat mempertahankan persistensi labanya dan pada akhirnya terpaksa tutup. Selain mengalami penurunan laba, tentunya terdapat faktor lain yang mengakibatkan kebangkrutan suatu perusahaan.

Seperti contoh kasus pada tutupnya gerai-gerai giant yang bermula sejak awal pandemi covid-19. Giant terus mengalami penurunan laba sejak Juli 2019, hal ini tercermin dengan beberapa kebijakan yang diterapkan seperti melakukan beberapa ‘perampingan’ atau *downsizing* yaitu dengan pengurangan biaya operasi perusahaan seperti penutupan pabrik atau departemen yang dinilai kurang efektif hingga mengurangi jumlah tenaga kerja. PT Hero Supermarket mengambil langkah untuk menutup beberapa gerai yang jumlahnya sangat drastis hingga Maret 2021 yang hingga tersisa 75 gerai di seluruh Indonesia. Dikutip dari pernyataan Presiden Direktur PT Hero Supermarket Tbk, Patrik Lindvall, penutupan gerai tersebut disebabkan alih fokus bisnis merek dagang lain. layaknya bisnis mumpuni pada umumnya, PT Hero Supermarket terus beradaptasi terhadap dinamika pasar dan tren pelanggan yang terus berubah, termasuk menurunnya popularitas format hypermarket dalam beberapa tahun terakhir di Indonesia.

Dengan dilakukannya penutupan beberapa gerai, tentu jumlah pegawai yang di-PHK juga tinggi yaitu sekitar 7.000 pegawai. Presiden Direktur HERO Patrick Lindvall mengakui, dalam keterangan resminya, pencapaian triwulan pertama ini secara signifikan dipengaruhi oleh Covid-19. Semua lini bisnis perusahaan, mulai dari ritel groseri, toko perabotan sampai produk kecantikan sangat terdampak pembatasan sosial akibat pandemi dan perubahan pola belanja pelanggan. Selain itu, total laba operasional perusahaan dipengaruhi oleh penurunan profitabilitas toko karena pendapatan yang lebih rendah.

Dilihat dari sisi fundamental, kinerja keuangan HERO pada tahun 2020 terbilang cukup tertekan. Hal ini terlihat dari kerugian tahun berjalan 2020 yang

lebih dalam sebesar Rp 1,21 triliun, naik 4.203% dibanding tahun sebelumnya rugi bersih Rp 28,21 miliar. Anjloknya kerugian bersih ini tercermin dari pendapatan bersih HERO sepanjang tahun 2020 yang mengalami penurunan sebesar 26,98% menjadi Rp 8,89 triliun dari sebelumnya Rp 12,18 triliun. Penurunan terbesar terjadi di segmen penjualan makanan sebesar 32,67% menjadi Rp 6,05 triliun. Sedangkan, penjualan di segmen non makanan juga turun hampir 11 persen menjadi Rp 2,84 triliun. Sementara itu, meski beban pokok pendapatan turun menjadi Rp 6,49 triliun dari sebelumnya Rp 8,73 triliun, laba kotor perseroan tetap lebih kecil dari sebelumnya yakni Rp 2,39 triliun dari Rp 3,44 triliun.

Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis berkeinginan melakukan penelitian dengan Judul : ***“Pengaruh Good Corporate Governance, Sales Growth, dan Profitabilitas Terhadap Persistensi Laba”*** (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods Industry yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021).





## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Good Corporate Governance berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang diperoleh perusahaan?
2. Apakah Sales Growth berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang diperoleh perusahaan?
3. Apakah Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang diperoleh perusahaan?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui dan menganalisis apakah Good Corporate Governance berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang diperoleh perusahaan.
2. Mengetahui dan menganalisis apakah Sales Growth berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang diperoleh perusahaan.
3. Mengetahui dan menganalisis apakah Profitabilitas berpengaruh secara signifikan terhadap persistensi laba yang diperoleh perusahaan.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis

Penulisan Proposal Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan tentang peran *good corporate governance*, *sales growth* atau pertumbuhan

penjualan, serta profitabilitas perusahaan terhadap kaitannya dengan persistensi laba perusahaan.

## 2. Bagi Perusahaan

Penulisan Penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi tambahan yang bersifat ilmiah untuk bahan atau acuan tambahan dalam pengambilan keputusan dan mengetahui pentingnya persistensi laba perusahaan.

## 3. Bagi Peneliti selanjutnya

Diharapkan dari Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan sebagai bahan acuan dalam untuk penelitian selanjutnya mengenai persistensi laba yang telah diteliti dalam penelitian ini.

### 1.5 Sistematika Penulisan

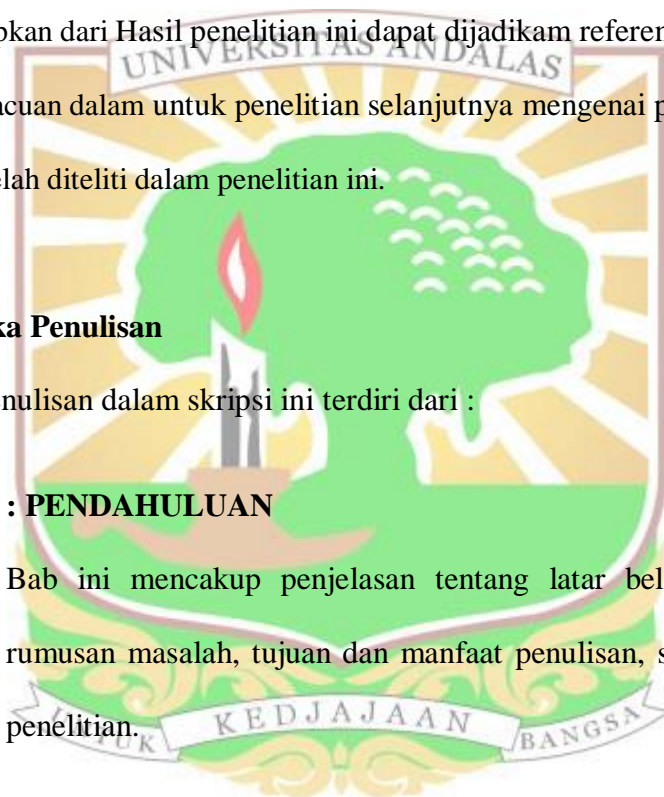
Sistematika penulisan dalam skripsi ini terdiri dari :

#### **BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini mencakup penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penelitian.

#### **BAB II : LANDASAN TEORI**

Bab ini mencakup tentang landasan teori yang digunakan, kajian pustaka penelitian terdahulu, hipotesis penelitian dan kerangka pemikiran penelitian yang menggambarkan hubungan antar variabel penelitian penelitian.



### **BAB III : METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang metode penelitian, populasi dan sampel, objek dan variabel penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data dan model analisis data penelitian.

### **BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini ini menyajikan dan mengungkapkan hasil penelitian tentang deskripsi sampel penelitian, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, pengujian hipotesis, dan pembahasan hasil dari pengaruh masing – masing variabel penelitian.

### **BAB V : PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis data. Selain itu juga menjelaskan keterbatasan pada penelitian ini dan memberikan saran – saran bagi pihak – pihak yang tercakup dalam penelitian ini.

