

PENGARUH MANAJEMEN LABA TERHADAP RASIO KEUANGAN PRODUK INDUSTRI KREATIF KERAMIK

I Nyoman Normal

Unit Pelaksana Teknis Pengembangan Seni dan Teknologi Keramik dan Porselin (UPT PSTKP) Bali,
Badan Pengkajian dan Penerapan Teknologi (BPPT),

Abstracts

The aims of this research is determine the influence of earning management to financial ratio ceramics creative industry product. The research results shew that the earning management that applied by over production can increase financial ratio ceramics creative industry product, that is: a) The liquidity aspect (quick ratio) 5,33% for earthenware, 1,00% for stoneware, 0,67% for castle mass, 2,00% for glazur, and 0,33% for prothotype, b) The profitability aspect (profit margin) 2,89% for earthenware, 2,31% for stoneware, 0,18% for castle mass, 1,65% for glazur, and 0,41% for prothotype, c) The solvability aspect (time interest earned) 1,31 times for earthenware, 1,16 times for stoneware, 0,02 times for castle mass, 0,71 times for glazur, and 0,15 times for prothotype, and d) The valuation aspect (earning peer share) Rp 707,23 for earthenware, Rp 812,63 for stoneware, Rp 319,12 for castle mass, Rp 44,69 for glazur, and Rp 8,21 for prothotipe. Its contrary, the earning management can decrease activity aspect (turnover inventory) ceramics creative industry product (earthenware, stoneware, castle mass, glazur, and prothotype), these are 3,8 times, 6,47 times, 5,27 times, 8,11 times, and 11,90 times.

Key words: *earning management, financial ratio, ceramic creative industry.*

Perusahaan manufaktur di Indoensia merupakan penopang utama perkembangan industri (Rolita, 2014). Peningkatan laju pertumbuhan manufaktur dikarenakan adanya konsumsi domestik yang meningkat tajam dalam beberapa tahun terakhir (Maryam, 2013). Sektor industry manufaktur berkontribusi hingga 20,85% terhadap produk domestik bruto (PDB) nasional. Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui

informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik (Purwanto, et al, 2012).

Setiap perusahaan pada saat ini sangat memperhatikan hasil laporan keuangan perusahaannya, karena dengan laporan keuangan yang baik dan bisa menghasilkan laba maksimal yang akan dapat

Koresponden dengan Penulis

I Nyoman Normal, Telp: 0361 723969 (k), 0361 727936 (r), 085792377505 (hp), Fax: 0361 723867

E-mail: inyomannormal_s@yahoo.com

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Rasio Keuangan Produk Industri Kreatif Keramik

I Nyoman Normal

menarik para investor bergabung untuk menginvestasikan modalnya bagi perusahaan tersebut (Agustina & Ahmar, 2014). Persoalan keagenan timbul karena pemisahan antara pemilik (*principal*) yang mendelegasikan wewenang kepada manajer (*agent*) (Sutriasi, et al, 1058). Armando & Farahmita (2012) berpendapat bahwa untuk meningkatkan laba, manajer perusahaan dapat memproduksi lebih banyak daripada yang diperlukan dengan asumsi bahwa tingkat produksi yang lebih tinggi akan menyebabkan biaya tetap per unit produk lebih rendah. Strategi ini dapat menurunkan biaya barang terjual (*cost of goods sold*) dan meningkatkan laba operasi. Penetapan harga pokok produk sangatlah penting bagi manajemen untuk menentukan harga jual produk, memantau realisasi biaya produksi, menghitung laba rugi periodik, menentukan harga pokok persediaan produk jadi dan produk dalam proses yang disajikan dalam neraca Mulyadi dalam Arizona (2014).

Earning management dapat dilakukan dengan dua cara (Agustina & Ahmar, 2014), yaitu: dengan cara manipulasi akrual dan manajemen laba riil. Metode yang digunakan dalam melakukan manipulasi riil melalui biaya produksi ini adalah produksi

berlebih (*overproduction*), sehingga biaya overhead tetap dapat dialokasikan pada jumlah unit lebih besar sehingga biaya tetap per unitnya akan lebih rendah dan harga pokok penjualan untuk memproduksi barangpun akan lebih kecil (Roychowdhury, 2006). Secara umum, tujuan suatu perusahaan didirikan adalah menciptakan kekayaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, perusahaan harus memiliki produk yang dapat dijual kepada masyarakat (Rudianto, 2013). Keramik merupakan produk yang dibutuhkan oleh manusia sebagai alat rumah tangga, benda seni, alat pelengkap bangunan, dan sebagainya (Normal, 2013:57).

Jasa teknologi yang dihasilkan oleh UPT PSTKP Bali adalah massa gerabah (*earthenware*), massa keramik batu (*stoneware*), massa cor (*castle mass*), glasir (*glazur*), prototipe (*prothotype*), dan jasa lainnya. Dalam rangka meningkatkan kinerja, seringkali manajemen menaikkan produksinya untuk mengisi persediaan dan menurunkan biaya satuan produk. Kenaikan produksi akan membawa dampak terhadap rasio keuangan periode tersebut. Pada Tabel 1 ditunjukkan data biaya produksi produk keramik sebelum adanya manajemen laba.

Tabel 1: Biaya Produksi Produk Kreatif Keramik Sebelum Adanya Manajemen Laba (Rp)

Produk Kreatif Keramik	Elemen Biaya Produksi				Harga Pokok Produksi	
	BBB	BTKL	BOPV	BOPT		
Earthenware	BJN-2	1.031,89	282,93	77,00	389,46	1.781,28
	TR-1	1.536,85	238,42	71,01	407,54	2.253,82
	SGR-1	1.274,14	189,38	64,33	499,78	2.027,63
Stoneware	B2-B	1.730,04	348,75	97,65	415,54	2.591,98
	BL-1X	1.688,12	189,38	64,33	499,78	2.441,61
	BSK-2	1.651,52	302,44	89,93	415,54	2.459,43
Massa Cor	CN-7	2.000,00	928,53	39,89	36,09	3.004,52
	CN-6	1.980,46	989,64	39,89	37,01	3.047,00
	CN-1	1.903,00	917,50	39,89	37,01	2.897,40
Glasir	GHK-3	6.586,63	23.415,00	12.208,12	5.333,52	47.543,27
	GMR-1	5.820,74	23.415,00	12.511,26	5.184,96	46.931,96
	GK-1	5.448,05	23.415,00	12.511,26	5.184,96	46.559,27
Prototipe	Cangkir Hijau	7.100,00	22.498,64	834,30	630,25	31.063,19
	Teko Coklat	48.250,00	57.637,19	15.089,42	2.977,47	123.954,08
	Piring Ceper	23.750,00	17.423,76	10.105,88	1.462,42	52.741,56

Sumber: UPT PSTKP Bali, 2015.

Harga pokok produksi earthenware berkisar antara Rp 1.781,28 s.d Rp 2.253,82 per kg, stoneware Rp 2.421,55 s.d Rp 2.491,98 per kg, massa cor Rp 2,897,40 s.d Rp 3.047,00 per liter, glasir Rp 46.559,27 s.d Rp 47.543,27 per liter, dan prototipe keramik Rp 6.355,08 s.d Rp 123.954,08 per buah. Harga pokok produksi merupakan unsur dalam perhitungan rasio keuangan. Variasi harga pokok produksi produk keramik akan menciptakan variasi rasio keuangan. Manajer yang rasional akan menggunakan peluang ini untuk memperbaiki rasio keuangan sehingga dapat meningkatkan kinerja, karena kinerja menjadi ukuran atau kualifikasi bagi seorang manajer untuk memperoleh bonus, insentif, atau bentuk imbalan lainnya.

Permasalahan pada penelitian ini adalah bagaimana pengaruh manajemen laba terhadap rasio keuangan produk keramik. Tujuan penelitian ini adalah ingin mengetahui pengaruh manajemen laba (yang dilakukan dengan pendekatan biaya produksi) terhadap rasio keuangan (likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas, dan penilaian). Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi: (1) UPT PSTKP Bali dan pengusaha (perajin) keramik, sebagai acuan memberikan pemahaman mengenai alat manipulasi manajemen laba melalui aktivitas riil, (2) bagi investor dan kreditur, sebagai salah satu pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi dan pemberian kredit, dan (3) bagi kalangan akademis (fungsional lainnya), sebagai bahan tambahan atau referensi dibidang keuangan untuk menghasilkan penelitian selanjutnya yang lebih baik.

Manajemen Laba

Schipper dalam Purwanto, et al, (2012) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Sulistiawan, et al. dalam Agustina (2014) menam-

bahkan bahwa manajemen laba melalui aktivitas riil menunjuk pada permainan angka laba yang dilakukan dengan melalui aktivitas-aktivitas yang berasal dari kegiatan bisnis normal atau yang berhubungan dengan kegiatan operasional, menunda kegiatan promosi produk atau mempercepat penjualan dengan pemberian diskon besar-besaran. Ratmono dalam Agustina (2014) menyatakan bahwa praktik manajemen laba riil dapat dilakukan dengan menggunakan tiga metode, sebagai berikut: manipulasi penjualan, penurunan beban-beban diskresionari (*discretionary expenditures*), dan produksi yang berlebihan (*overproduction*).

Tuanakotta (2013) dalam (<http://semangadmu.blogspot.com/2013/11/manajemen-laba-apakah-termasuk-fraud.html>) menyebutkan *fraud* adalah: (a). Perbuatan melawan hukum, (b). Perbuatan yang mengandung: 1) Unsur kesengajaan, 2) Niat Jahat, 3) Penipuan, 4) Penyembunyian, dan 5) Penyalahgunaan kepercayaan, dan (c). Seorang dikatakan melakukan fraud apabila segala unsur terpenuhi, jika salah satunya cacat atau tidak terpenuhi, tindakan tersebut bukan masuk kategori fraud.

Rasio Keuangan

Rasio keuangan adalah petunjuk yang menuntun manajemen sebuah perusahaan menetapkan berbagai target serta standar (Wiagustini, 2014). Menurut Kasmir (2014), rasio keuangan merupakan kegiatan membandingkan angka-angka yang ada dalam laporan keuangan dengan cara membagi satu angka dalam laporan keuangan dengan angka lainnya. Angka yang diperbandingkan dapat berupa angka-angka dalam satu periode maupun beberapa periode. Kondisi keuangan dapat dilihat dari berbagai aspek (Wiagustini, 2014), yaitu: likuiditas, solvabilitas (*leverage*), profitabilitas (rentabilitas), aktivitas usaha, dan penilaian (pasar).

Industri Kreatif Keramik

Industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait dengan penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi (http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif). Sub sektor yang merupakan industry berbasis kreativitas di Indonesia berdasarkan pemetaan industry kreatif yang telah dilakukan oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia adalah: 1) Periklanan, 2) Arsitektur, 3) Pasar barang seni, 4) Kerajinan, 5) Desain, 6) Fesyen, 7) Video, film, dan fotografi, 8) Permainan interaktif, 9) Musik, 10) Seni pertunjukkan, 11) Penerbitan dan percetakan, 12) Layanan komputer dan piranti lunak, 13) Televisi dan radio, 14) Riset dan pengembangan, dan 15) Kuliner. Kerajinan merupakan bagian dari seni kriya. Sifat produk seni kerajinan umumnya indah, menyenangkan, mudah dipahami, harga terjangkau, unik, mencerminkan budaya lokal, hasil kreativitas dengan ketrampilan tinggi (Astiti, N. K. A., 2014). Industri kecil sub-sektor kerajinan adalah kegiatan kreatif yang berkaitan dengan kreasi, produk, dan distribusi produk yang dibuat dan dihasilkan oleh pelaku usaha atau tenaga perajin yang berawal dari desain awal sampai dengan proses penyelesaian produknya.

Penelitian Terdahulu yang Berkaitan

Faktor-faktor yang mempengaruhi eksistensi produk kriya yang memotivasi dalam proses produksi hasil penelitian Gerya, I M. (2014) adalah faktor: individu, pendidikan, teknologi informasi, pariwisata, dan pemasaran. Dampak dan makna pada produk yang dihasilkannya yaitu dampak: ekonomi, pendidikan, sosial budaya, dan makna: simbolis, estetika, kesejahteraan, refleksi. Penelitian yang dilakukan oleh Sudana, I W., (2014) tentang pentingnya revitalisasi cara pengolahan bahan baku, ketrampilan teknik produksi, dan kualitas hasil produksi kerajinan gerabah Gorontalo adalah

melalui penerapan sinergi tiga konsep revitalisasi, yaitu: revitalisasi pengolahan bahan baku, revitalisasi teknik produksi, dan revitalisasi hasil produksi.

Penelitian yang dilakukan oleh Agustina, R, & Ahmar, N. (2014) tentang *real earning management* dengan pendekatan biaya produksi analisis berdasarkan sektor industri pada perusahaan manufaktur, menghasilkan bahwa 125 atau 25% perusahaan yang termasuk 19 sektor industry yang tidak terindikasi melakukan manajemen laba riil dengan pendekatan biaya produksi, dan sisanya 377 atau 75% perusahaan-perusahaan yang termasuk 19 sektor industry cenderung terindikasi melakukan manajemen laba riil dengan pendekatan biaya produksi yang berada di skor satu dan empat. Trisnawati, et. al. (2012) menguji tentang pengukuran manajemen laba dengan pendekatan terintegrasi, pemilihan sampel dengan purposive sampling, alat uji dengan menggunakan uji regresi, uji beda, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada indeks LQ45 praktek manajemen laba memiliki pola bervariasi.

Armando & Farahmita (2012) menguji tentang manajemen laba riil melalui akrual dan aktivitas riil di sekitar penawaran saham tambahan dan pengaruhnya terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan yang memiliki biaya perusahaan abnormal positif pada saat pelaksanaan SEO mengalami penurunan kinerja satu tahun pasca SEO. Hasil uji hipotesis biaya produksi abnormal sebelum SEO secara signifikan lebih tinggi dibandingkan biaya produksi abnormal setelah SEO. Arifin, et. el. (2012) menguji perbedaan kecenderungan pengungkapan corporate social responsibility (CSR): pengujian terhadap manipulasi akrual dan manipulasi riil. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin rendah maupun semakin tinggi manipulasi laba riil dengan biaya produksi abnormal yang dilakukan, maka tidak akan mempengaruhi pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan.

Penelitian yang dilakukan sekarang ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Perbedaannya menyangkut: lokasi penelitian dilakukan di UPT PSTKP Bali, obyek penelitian yang diuji adalah produk industri kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) yang masing-masing diambil 3 (tiga) jenis komposisi, analisis uji berkaitan dengan rasio keuangan (likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas, dan penilaian) sebelum dan sesudah manajemen laba, manajemen laba yang dilakukan adalah biaya produksi khusus biaya overhead pabrik tetap, dan waktu penelitian diadakan tahun 2015.

METODE

Metode yang digunakan dalam analisis penelitian produk kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) ini adalah: (1) Mengidentifikasi proses produksi produk kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) dan mengumpulkan biaya produksi yang menjadi dasar perhitungan rasio keuangan (likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas, dan penilaian) sebelum adanya manajemen laba; (2) Melakukan manajemen laba dengan metode yang ketiga, yaitu produksi berlebihan untuk memperoleh biaya tetap satuan lebih rendah, sehingga biaya produksi satuan lebih rendah, dan akhirnya laba yang diperoleh lebih tinggi; (3) Mengidentifikasi proses produksi produk kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) dan mengumpulkan biaya produksi yang menjadi dasar perhitungan rasio keuangan (likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas, dan nilai pasar) setelah adanya manajemen laba; dan (4) Membandingkan rasio keuangan sebelum dan setelah adanya manajemen laba atas produk kreatif keramik, dan menghitung perubahan yang terjadi atas rasio keuangan sebagai akibat adanya manajemen laba; dan (5) Pengambilan keputusan sesuai dengan perumusan masalah, dan keterkaitannya dengan manajemen keuangan.

Teknik analisis data: 1) Sistem biaya standar dengan pendekatan biaya penuh digunakan untuk menghitung biaya produksi. Biaya produksi terdiri dari (Supriyono, 2014): biaya bahan baku + biaya tenaga kerja langsung + biaya overhead pabrik (tetap dan variabel); 2) Rasio likuiditas berkaitan *Quick Ratio (QR)* atau *Acid Test Ratio (ACR)*, yaitu $QR = ((\text{Aktiva Lancar} - \text{Persediaan}) : (\text{Passiva Lancar})) \times 100\%$, rasio profitabilitas berkaitan dengan *Profit Margin (PM)*, yaitu $PM = ((\text{Laba Bersih}) : (\text{Penjualan})) \times 100\%$, rasio solvabilitas berkaitan dengan *Times Interest Earned (TIE)*, yaitu $TIE = \text{Laba Operasi} : \text{Biaya Bunga}$, rasio aktivitas berkaitan dengan *Inventory Turnover (IT)*, yaitu $IT = \text{Harga Pokok Penjualan} : \text{Persediaan Rata-rata}$, dan rasio Penilaian yang berkaitan dengan *Earning Per Share (EPS)*, yaitu $EPS = \text{EAT} : \text{Jumlah Lembar Saham}$, digunakan untuk menghitung rasio keuangan (Wiagustini, 2014) produk kreatif keramik sebelum dan setelah adanya manajemen laba; (3) Kegiatan memproduksi lebih banyak daripada yang diperlukan dengan asumsi bahwa tingkat produksi yang lebih tinggi akan menyebabkan biaya overhead tetap per unit produk lebih rendah (menurunkan kas barang terjual/*cost of goods sold*) digunakan untuk melakukan manajemen laba (Ratmono dalam Agustina, 2014); dan (4) *Trend* atau tendensi posisi dan kemajuan keuangan perusahaan yang dinyatakan dalam prosentase (*trend percentage analysis*) untuk mengetahui tendensi keadaan keuangan, apakah menunjukkan tendensi tetap, naik atau bahkan turun (Kasmir, 2014:70) dari kelima produk kreatif keramik.

HASIL PENELITIAN

Rasio Keuangan Produk Kreatif Keramik Sebelum Adanya Manajemen Laba

Rasio keuangan produk kreatif keramik yang terdiri dari lima jenis produk (masing-masing 3 buah komposisi) sebelum adanya manajemen laba ditunjukkan pada Tabel 2:

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Rasio Keuangan Produk Industri Kreatif Keramik

I Nyoman Normal

Tabel 2 menunjukkan rasio keuangan produk industry kreatif keramik dengan mengambil lima jenis produk masing-masing tiga komposisi dan lima jenis rasio keuangan. *Quick Ratio (QR)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) adalah 212%, 204%, dan 213%, dengan rata-rata 209,67%, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) adalah 210%, 216%, dan 212%, dengan rata-rata 212,67%, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah 166%, 183%, dan 186%, dengan rata-rata 178,33%, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah 179%, 178%, dan 179%, dengan rata-rata 178,67%, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah 248%, 247%, dan 246%, dengan rata-rata 247%. *Profit Margin (PM)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) adalah 14,50%, 12,76% dan 11,52%, dengan rata-rata 12,93%, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) adalah 11,13%, 12,12%, dan 13,20%, dengan rata-rata 12,15%, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah 12,06%, 11,89%, dan 10,85%, dengan rata-rata 11,60%, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah 11,13%, 11,31%, dan 11,17%, dengan rata-rata 11,20%, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah 11,30%, 10,93%, dan 12,34%, dengan rata-rata 11,52%. *Time Interest Earned (TIE)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) adalah 704%, 626%, dan 573%, dengan rata-rata 634,33%, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) adalah 556%, 559%, dan 646, dengan rata-rata 587%, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah 696%, 589%, dan 545%, dengan rata-rata 581%, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah 556%, 564%, dan 558%, dengan rata-rata 559,33%, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah 561%, 557%, dan 608%, dengan rata-rata 575,33%. *Inventory Turnover (IT)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) adalah 8,00 kali untuk BJN-2, TR-1, dan SGR-1, dengan rata-rata 8,00 kali, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) 11,33 kali untuk B2-B, BL-1X, dan BSK-2, dengan rata-rata 11,33 kali, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah 9,76

Tabel 2: Rasio Keuangan Produk Industri Kreatif Keramik Sebelum Adanya Manajemen Laba

Produk Kreatif Keramik		Rasio Keuangan				
		Quick Ratio (QR)	Profit Margin (PM)	Time Interest Earned (TIE)	Inventory Turnover (IT)	Earning Per Share (EPS)
1		2	3	4	5	6
Earthenware	BJN-2	2,12	14,50	7,04	8,00	3.448,05
	TR-1	2,04	12,76	6,26	8,00	3.596,93
	SGR-1	2,13	11,52	5,73	8,00	2.573,33
Stoneware	B2-B	2,10	11,13	5,56	11,33	3.693,13
	BL-1X	2,16	12,12	5,59	11,33	3.193,41
	BSK-2	2,12	13,20	6,46	11,33	4.253,04
Massa Cor	CN-7	1,66	12,06	5,96	9,76	14.777,75
	CN-6	1,83	11,89	5,89	9,76	14.748,77
	CN-1	1,86	10,85	5,45	9,76	12.642,83
Glasir	GHK-3	1,79	11,13	5,56	13,38	298,50
	GMR-1	1,78	11,31	5,64	13,38	310,25
	GK-1	1,79	11,17	5,58	13,38	303,66
Prototipe	Cangkir Hijau	2,48	11,30	5,61	18,00	183,68
	Teko Coklat	2,47	10,93	5,57	18,00	268,63
	Piring Ceper	2,46	12,34	6,08	18,00	340,01

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015.

kali, dengan rata-rata 9,76 kali, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah 13,38 kali, dengan rata-rata 13,38 kali, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah 18,00 kali, dengan rata-rata 18,00 kali. *Earning Peer Share (EPS)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) Rp 3.448,05, Rp 3.596,93, dan Rp 2.573,33, dengan rata-rata Rp 3.206,10, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) Rp 3.693,13, Rp 3.193,41, dan Rp 4.253,04, dengan rata-rata Rp 3.713,19, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah Rp 14.777,75, Rp 14.748,77, dan Rp 12.642,83, dengan rata-rata Rp 14.056,45, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah Rp 298,50, Rp 310,25, dan Rp 303,66, dengan rata-rata Rp 304,14, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah Rp 183,68, Rp 268,63, dan Rp 340,01, dengan rata-rata Rp 264,11.

Proses Manajemen Laba Produk Kreatif Keramik

Proses manajemen laba produk kreatif keramik dilakukan dengan melakukan produksi

berlebih sebesar 20% dari kondisi normal. Produksi berlebih dari kondisi normal mengakibatkan terjadinya pengurangan biaya tetap terutama biaya overhead pabrik sebagai unsur dari biaya produksi dan penambahan persediaan akhir periode yang bersangkutan. Jumlah produksi, persediaan akhir, dan biaya tetap satuan pada proses manajemen laba ditunjukkan pada Tabel 3.

Tabel 3 menunjukkan bahwa proses manajemen laba dilakukan dengan produksi berlebih sebanyak 20% untuk setiap jenis produk kreatif keramik, yaitu *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe. Kelebihan produksi sebesar 20% menghasilkan biaya overhead pabrik tetap sebesar Rp 339,63 per kg untuk BJN-2, Rp 339,63 per kg untuk TR-1, Rp 416,48 per kg untuk SGR-1, Rp 346,29 per kg untuk B2-B, Rp 416,48 per kg untuk BL-1X, Rp 346,29 per kg untuk BSK-2, Rp 30,08 per liter untuk CN-7, Rp 30,84 per liter untuk CN-6, Rp 30,84 per liter untuk CN-1, Rp 4.444,71 per liter untuk GHK-3, Rp 4.321,01 per liter untuk GMR-1, Rp 4.321,01 per liter untuk GK-1, Rp 525,21 per buah untuk cangkir hijau, Rp 2.481,22 per buah

Tabel 3: Jumlah Produksi Normal, Produksi Berlebih, Persediaan Akhir, dan Biaya Overhead Pabrik Tetap Produk Industri Kreatif Keramik Pada Proses Manajemen Laba

Produk Kreatif Keramik	Uraian					
	Jumlah Produksi	Jumlah Produksi	Persediaan Akhir	Biaya Overhead	Penurunan BOPT	
	Normal	Berlebih		Pabrik Tetap (BOPT)		
Earthenware	BJN-2 (kg)	16.515	19.818	6.606	339,63	12,79%
	TR-1 (kg)	15.792	18.950	6.316	339,63	16,67%
	SGR-1 (kg)	14.100	16.920	5.640	416,48	16,67%
Stoneware	B2-B (kg)	15.488	18.586	5.421	346,29	16,67%
	BL-1X (kg)	14.100	16.920	4.935	416,48	16,67%
	BSK-2 (kg)	15.488	18.586	5.421	346,29	16,67%
Massa Cor	CN-7 (lt)	50.000	60.000	18.500	30,08	16,65%
	CN-6 (lt)	50.000	60.000	18.500	30,84	16,67%
	CN-1 (lt)	50.000	60.000	18.500	30,84	16,67%
Glasir	GHK-3 (lt)	66,66	79,99	22,00	4.444,71	16,67%
	GMR-1 (lt)	68,57	82,28	22,62	4.321,01	16,67%
	GK-1 (lt)	68,57	82,28	22,62	4.321,01	16,67%
Prototipe	Cangkir Hijau (bh)	60	72	18	525,21	16,67%
	Teko Coklat (bh)	22	26	6	2.481,22	16,67%
	Piring Ceper (bh)	59	71	18	1.218,68	16,67%

Sumber: Hasil Pengolahan Data, 2015.

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Rasio Keuangan Produk Industri Kreatif Keramik

I Nyoman Normal

untuk teko coklat, dan Rp 1.218,68 per buah untuk piring ceper. Rata-rata penurunan biaya overhead pabrik produk kreatif keramik dengan adanya manajemen laba adalah 16,67%.

Rasio Keuangan Produk Kreatif Keramik Setelah Adanya Manajemen Laba

Rasio keuangan produk kreatif keramik yang terdiri dari lima jenis produk (masing-masing 3 buah komposisi) setelah adanya manajemen laba ditunjukkan pada Tabel 4:

Tabel 4 menunjukkan rasio keuangan produk industry kreatif keramik setelah adanya manajemen laba dengan mengambil lima jenis produk masing-masing tiga komposisi dan lima jenis rasio keuangan. *Quick Ratio (QR)* dari: a) *earthenware (BJN-2, TR-1, dan SGR-1)* adalah 225%, 205%, dan 215%, dengan rata-rata 215%, b) *stoneware (B2-B, BL-1X, dan BSK-2)* adalah 211%, 217%, dan 213%, dengan rata-rata 213,67%, c) *massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1)* adalah 167%, 183%, dan 187%,

dengan rata-rata 179%, d) *glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1)* adalah 181%, 180%, dan 181%, dengan rata-rata 180,67%, dan e) *prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper)* adalah 248%, 247%, dan 247%, dengan rata-rata 247,33%. *Profit Margin (PM)* dari: a) *earthenware (BJN-2, TR-1, dan SGR-1)* adalah 16,89%, 15,41%, dan 15,16%, dengan rata-rata 15,82%, b) *stoneware (B2-B, BL-1X, dan BSK-2)* adalah 13,51%, 14,24%, dan 15,64%, dengan rata-rata 14,46%, c) *massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1)* adalah 12,24%, 12,07%, dan 11,04%, dengan rata-rata 11,78%, d) *glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1)* adalah 12,80%, 12,94%, dan 12,82%, dengan rata-rata 12,85%, dan e) *prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper)* adalah 11,54%, 11,50%, dan 12,75%, dengan rata-rata 11,93%. *Time Interest Earned (TIE)* dari: a) *earthenware (BJN-2, TR-1, dan SGR-1)* adalah 8,16 kali, 7,45 kali, dan 7,34 kali, dengan rata-rata 7,65 kali, b) *stoneware (B2-B, BL-1X, dan BSK-2)* adalah 6,59 kali, 6,93 kali, dan 7,57 kali untuk BSK-2, dengan rata-rata 7,03 kali, c) *massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1)* adalah 6,04

Tabel 4: Rasio Keuangan Produk Industri Kreatif Keramik Setelah Adanya Manajemen Laba

Produk Kreatif Keramik		Rasio Keuangan				
		Quick Ratio (QR)	Profit Margin (PM)	Time Interest Earned (TIE)	Inventory Turnover (IT)	Earning Per Share (EPS)
1		2	3	4	5	6
Earthenware	BJN-2	2,25	16,89	8,16	4,61	4.016,81
	TR-1	2,05	15,41	7,45	4,00	4.338,11
	SGR-1	2,15	15,16	7,34	4,00	3.385,08
Stoneware	B2-B	2,11	13,51	6,59	4,86	4.480,82
	BL-1X	2,17	14,24	6,93	4,86	4.055,90
	BSK-2	2,13	15,64	7,57	4,86	5.040,73
Massa Cor	CN-7	1,67	12,24	6,04	4,49	15.292,29
	CN-6	1,83	12,07	6,00	4,49	14.970,18
	CN-1	1,87	11,04	5,52	4,49	12.864,24
Glasir	GHK-3	1,81	12,80	6,28	5,27	343,04
	GMR-1	1,80	12,94	6,34	5,27	355,03
	GK-1	1,81	12,82	6,29	5,27	348,43
Prototipe	Cangkir Hijau	2,48	11,54	5,74	6,00	188,58
	Teko Coklat	2,47	11,50	5,72	6,38	277,21
	Piring Ceper	2,47	12,75	6,26	5,93	351,17

kali, 6,00 kali, dan 5,52 kali, dengan rata-rata 5,85 kali, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah 6,28 kali, 6,34 kali, dan 6,29 kali, dengan rata-rata 6,30 kali, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah 5,74 kali, 5,72 kali, dan 6,26 kali, dengan rata-rata 5,90 kali. *Inventory Turnover (IT)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) adalah 4,61 kali, 4,00 kali, dan 4,00 kali, dengan rata-rata 4,20 kali, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) adalah 4,86 kali, dengan rata-rata 4,86 kali, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah 4,49 kali, dengan rata-rata 4,49 kali, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah 5,27 kali, dengan rata-rata 5,27 kali, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah 6,00 kali, 6,38 kali, dan 5,93 kali, dengan rata-rata 6,10 kali. *Earning Per Share (EPS)* dari: a) *earthenware* (BJN-2, TR-1, dan SGR-1) adalah Rp 4.016,81, Rp 4.338,11, dan Rp 3.385,08, dengan rata-rata Rp 3.913,33, b) *stoneware* (B2-B, BL-1X, dan BSK-2) adalah Rp 4.480,82, Rp 4.055,90, dan Rp 5.040,73, dengan rata-rata Rp 4.525,82, c) massa cor (CN-7, CN-6, dan CN-1) adalah Rp 15.292,29, Rp 14.970,18, dan Rp 12.864,24, dengan rata-rata Rp 14.375,57, d) glasir (GHK-3, GMR-1, dan GK-1) adalah Rp 343,04, Rp 355,03, dan Rp 348,43, dengan rata-rata Rp 348,83, dan e) prototipe (cangkir hijau, teko coklat, dan piring ceper) adalah Rp 188,58, Rp 277,21, dan Rp 351,17, dengan rata-rata Rp 272,32.

PEMBAHASAN

Rasio Likuiditas (*Quick Ratio*) Produk Industri Kreatif Keramik

Rata-rata rasio likuiditas yang diwakili oleh rasio cepat (*quick ratio*) *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe adalah 209,67%, 212,67%, 178,33%, 178,67%, dan 247,00%, yang menunjukkan bahwa dari Rp 100,00 utang lancar yang dimiliki maka tersedia Rp 209,67, Rp 212,67, Rp 178,33, Rp 178,67, dan Rp 247,00, aktiva lancar selain persediaan yang akan digunakan untuk

melunasinya. Proses manajemen laba dilakukan dengan melakukan produksi berlebih *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe sebesar 20% dari kondisi normal dengan tujuan untuk menurunkan biaya overhead pabrik tetap (rata-rata 16,67%) dan menambah persediaan akhir (rata-rata 20%). Rata-rata rasio cepat (*quick ratio*) *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe setelah dilakukan manajemen laba adalah 215,00%, 213,67%, 179,00%, 180,67%, dan 247,33% menunjukkan bahwa dari Rp 100,00 utang lancar yang dimiliki maka tersedia Rp 215,00, Rp 213,67, Rp 179,00, Rp 180,67, dan Rp 247,33 aktiva lancar selain persediaan yang akan digunakan untuk melunasinya. Proses manajemen laba dapat memberikan informasi kepada pihak terkait tentang peningkatan kinerja keuangan manajer atau pimpinan khususnya *quick ratio* *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe sebesar 5,33%, 1,00%, 0,67%, 2,00%, dan 0,33%.

Rasio Profitabilitas (*Profit Margin*) Produk Industri Kreatif Keramik

Rata-rata rasio profitabilitas yang diwakili oleh marjin laba (*profit margin*) *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe adalah 12,93%, 12,15%, 11,60%, 11,20%, dan 11,52%. Rasio ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan atau organisasi untuk memperoleh laba atau keuntungan bersih sebelum pajak (*EBIT*) dibandingkan penjualan yang dilakukan pada periode tersebut. Hasil yang diperoleh untuk produk kreatif keramik adalah berbeda untuk masing-masing jenis produk. Dengan kata lain tersedia 12,93%, 12,15%, 11,60%, 11,20%, dan 11,52% laba atau keuntungan bersih sebelum pajak dari 100% jumlah penjualan yang terjadi pada perusahaan atau organisasi dari masing-masing jenis produk industri kreatif keramik. Rata-rata marjin laba (*profit margin*) *earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe setelah dilakukan manajemen laba

Pengaruh Manajemen Laba terhadap Rasio Keuangan Produk Industri Kreatif Keramik

I Nyoman Normal

adalah 15,82%, 14,46%, 11,78%, 12,85%, dan 11,93% menunjukkan bahwa dari 100,00% jumlah penjualan yang terjadi dalam satu periode, maka tersedia 15,82%, 14,46%, 11,78%, 12,85%, dan 11,93% laba atau keuntungan bersih sebelum pajak yang akan digunakan untuk menambah modal, dibagikan, atau investasi lainnya sesuai dengan kebijakan manajemen. Proses manajemen laba dapat memberikan informasi kepada pihak terkait tentang kemampuan perusahaan untuk mengatur dan merencanakan laba dalam usaha peningkatan kinerja keuangan manajer atau pimpinan khususnya margin laba. Semakin tinggi profit margin, maka kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih sebelum pajak semakin besar. Hal ini mencerminkan kinerja keuangan manajer atau pimpinan semakin baik. Kenaikan *profit margin earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe* pada industri kreatif keramik PSTKP Bali adalah: 2,89%, 2,31%, 0,18%, 1,65%, dan 0,41%.

Rasio Solvabilitas (*Time Interest Earned*) Produk Industri Kreatif Keramik

Rata-rata rasio solvabilitas yang diwakili oleh laba sebelum bunga dan pajak terhadap beban bunga (*Time Interest Earned earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe*) adalah 6,34 kali, 5,87 kali, 5,81 kali, 5,59 kali, dan 5,75 kali. Rasio ini menunjukkan bahwa kemampuan perusahaan atau organisasi untuk membayar beban bunga yang jatuh tempo dari tersedianya laba sebelum bunga dan pajak pada periode tersebut. Hasil yang diperoleh untuk produk kreatif keramik adalah berbeda untuk masing-masing jenis produk. Dengan kata lain tersedia 6,34 kali, 5,87 kali, 5,81 kali, 5,59 kali, dan 5,75 kali laba atau keuntungan bersih sebelum bunga dan pajak dibandingkan beban bunga yang jatuh tempo yang terjadi pada perusahaan atau organisasi dari masing-masing jenis produk industri kreatif keramik. Rata-rata *Time Interest Earned earthenware, stoneware, massa*

cor, glasir, dan prototipe setelah dilakukan manajemen laba adalah 7,65 kali, 7,03 kali, 5,83 kali, 6,30 kali, dan 5,90 kali, menunjukkan bahwa dari 100,00% jumlah beban bunga yang jatuh tempo dalam satu periode, maka tersedia 7,65 kali, 7,03 kali, 5,83 kali, 6,30 kali, dan 5,90 kali laba atau keuntungan sebelum bunga dan pajak yang akan digunakan untuk melunasi atau membayarnya. Proses manajemen laba dapat memberikan informasi kepada pihak terkait tentang kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga yang jatuh tempo dari sejumlah laba sebelum bunga dan pajak dalam usaha peningkatan kinerja keuangan manajer atau pimpinan khususnya *time interest earned*. Semakin tinggi *time interest earned*, maka kemampuan perusahaan untuk membayar beban bunga yang jatuh tempo dari laba sebelum bunga dan pajak semakin besar. Hal ini mencerminkan kinerja keuangan manajer atau pimpinan semakin baik. Kenaikan *time interest earned earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe* pada industri kreatif keramik PSTKP Bali adalah: 1,30 kali, 1,16 kali, 0,02 kali, 0,71 kali, dan 0,15 kali.

Rasio Aktivitas (*Activity Ratio*) Produk Industri Kreatif Keramik

Rata-rata rasio aktivitas yang diwakili oleh tingkat perputaran persediaan (*Inventory Turnover earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe*) adalah 8,00 kali, 11,33 kali, 9,76 kali, 13,38 kali, dan 18,00 kali. Rasio ini menunjukkan bahwa seberapa besar (kali) efisiensi penggunaan dana yang tertanam dalam persediaan dari suatu perusahaan atau organisasi dapat berputar menjadi kas pada satu periode akuntansi. Hasil yang diperoleh untuk produk kreatif keramik adalah berbeda untuk masing-masing jenis produk. Dengan kata lain terjadi 8,00 kali, 11,33 kali, 9,76 kali, 13,38 kali, dan 18,00 kali perputaran persediaan pada perusahaan atau organisasi dari masing-masing jenis produk industri kreatif keramik dalam satu periode.

Rata-rata *Inventory Turnover earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe* setelah dilakukan manajemen laba adalah 4,20 kali, 4,86 kali, 4,49 kali, 5,27 kali, dan 6,10 kali. Hal ini berarti persediaan yang dimiliki oleh perusahaan atau organisasi dapat berubah menjadi kas dalam rangka menciptakan laba sebanyak 4,20 kali, 4,86 kali, 4,49 kali, 5,27 kali, dan 6,10 kali. Proses manajemen laba dapat memberikan informasi kepada pihak terkait tentang seberapa besar kemampuan produk dari perusahaan untuk berputar atau berubah menjadi kas untuk menghasilkan laba bersih dalam usaha peningkatan kinerja keuangan manajer atau pimpinan khususnya persediaan. Semakin tinggi *inventory turnover*, berarti kemampuan produk dari suatu perusahaan untuk berubah menjadi kas dalam menghasilkan laba akan semakin besar. Hal ini mencerminkan kinerja keuangan manajer atau pimpinan semakin baik. Penurunan *inventory turnover earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe* pada industri kreatif keramik PSTKP Bali adalah: 3,80 kali, 6,47 kali, 5,27 kali, 8,11 kali, dan 11,90 kali. Proses manajemen laba dengan melakukan produksi berlebih di satu sisi memberikan efek positif, namun di sisi lain juga membawa efek negatif. Efek negatif timbul karena terjadinya penumpukan persediaan akhir yang belum dapat dijual pada periode tersebut karena produksi di atas normal. Namun kondisi ini akan mengurangi risiko kekurangan atau kehabisan persediaan apabila ada pesanan mendadak yang berlebih.

Rasio Penilaian (*Valuation Ratio*) Produk Industri Kreatif Keramik

Rata-rata rasio penilaian yang diwakili oleh pendapatan per lembar saham (*Earning Peer Share earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe*) adalah Rp 3.206,10, Rp 3.713,19, Rp 14.056,45, Rp 304,14, dan Rp 264,11. Rasio ini menunjukkan pengakuan pasar terhadap kondisi keuangan yang dicapai perusahaan atau mengukur

kemampuan manajemen dalam menciptakan nilai pasarnya di atas biaya investasi. Laba per lembar saham (*Earning Peer Share*) menunjukkan bahwa seberapa besar kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba bersih setelah pajak (EAT) jika dibandingkan dengan jumlah lembar saham yang beredar. Rata-rata pendapatan per lembar saham (*Earning Peer Share earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe*) setelah dilakukan manajemen laba adalah Rp 3.913,33, Rp 4.525,82, Rp 14.375,57, Rp 348,83, dan Rp 272,32. Hal ini berarti kemampuan perusahaan atau organisasi untuk menghasilkan laba jika dibandingkan dengan jumlah saham yang beredar menurut penilaian pasar adalah Rp 3.913,33, Rp 4.525,82, Rp 14.375,57, Rp 348,83, dan Rp 272,32. Proses manajemen laba dapat memberikan informasi kepada pihak terkait tentang seberapa besar kemampuan produk dari perusahaan untuk menghasilkan laba bersih dibandingkan jumlah lembar saham beredar dalam usaha peningkatan kinerja keuangan manajer atau pimpinan. Semakin tinggi pendapatan per lembar saham (*Earning Peer Share*), berarti kemampuan produk dari suatu perusahaan untuk menghasilkan laba setelah pajak akan semakin besar. Hal ini mencerminkan kinerja keuangan manajer atau pimpinan semakin baik. Peningkatan pendapatan per lembar saham (*Earning Peer Share earthenware, stoneware, massa cor, glasir, dan prototipe*) pada industri kreatif keramik PSTKP Bali adalah: Rp 707,33, Rp 812,63, Rp 319,12, Rp 44,69, dan Rp 8,21. Proses manajemen laba dengan melakukan produksi berlebih di satu sisi memberikan efek positif, namun di sisi lain juga membawa efek negatif. Efek positif timbul karena terjadinya penurunan biaya overhead pabrik tetap satuan. Biaya overhead pabrik tetap turun berarti harga pokok produksi satuan juga turun. Dengan mengasumsikan bahwa harga jual, beban operasi, beban diluar usaha, pajak, dan jumlah lembar saham yang sama, maka akan didapat laba per lembar saham (*Earning Peer Share*) pada periode tersebut akan naik.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan, maka dapat dibuat simpulan: (1) Rasio keuangan produk industri kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) jika dikaji berdasarkan lima rasio yang mewakili kelima aspek rasio keuangan (likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas, dan penilaian) sebelum manajemen laba adalah sebagai berikut: a) Rata-rata rasio cepat adalah 209,67%, 212,67%, 178,33%, 178,67%, dan 247,00%, b) Rata-rata margin laba adalah 12,93%, 12,15%, 11,60%, 11,20%, dan 11,52%, c) Rata-rata rasio pendapatan terhadap beban bunga adalah 6,34 kali, 5,87 kali, 5,81 kali, 5,59 kali, dan 5,75 kali, d) Rata-rata tingkat perputaran persediaan adalah 8,00 kali, 11,33 kali, 9,76 kali, 13,38 kali, dan 18,00 kali, dan e) Rata-rata pendapatan per lembar saham adalah Rp 3.206,10, Rp 3.713,19, Rp 14.056,45, Rp 304,14, dan Rp 264,11. Rasio keuangan sebelum manajemen laba mencerminkan kondisi keuangan sesungguhnya yang terjadi pada periode tersebut, sehingga belum tampak adanya kesengajaan manajemen untuk mengatur rasio keuangan tersebut; (2) Manajemen laba merupakan tindakan manajer dengan menyajikan laporan yang menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari unit usaha yang menjadi tanggungjawabnya, tanpa menimbulkan kenaikan (penurunan) profitabilitas ekonomi unit tersebut dalam jangka panjang. Manajemen laba pada penelitian ini dilakukan dengan produksi berlebih sebesar 20%. Produksi berlebih akan menurunkan biaya overhead pabrik tetap 16,67% dan menambah persediaan akhir 20%. Penurunan biaya overhead pabrik tetap dapat menurunkan harga pokok produksi. Rata-rata harga pokok produksi produk industri kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) setelah manajemen laba adalah: Rp 1.953,90 per kg, Rp 2.423,74 per kg, Rp 3.310,19 per liter, Rp 46.139,26 per liter, dan

Rp 68.971,27 per buah; dan (3) Rasio keuangan produk industri kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) jika dikaji berdasarkan lima rasio yang mewakili kelima aspek rasio keuangan (likuiditas, profitabilitas, solvabilitas, aktivitas, dan penilaian) setelah manajemen laba adalah sebagai berikut: a) Rata-rata rasio cepat adalah 215,00%, 213,67%, 179,00%, 180,67%, dan 247,33%, b) Rata-rata margin laba adalah 15,82%, 14,46%, 11,78%, 12,85%, dan 11,93%, c) Rata-rata rasio pendapatan terhadap beban bunga adalah 7,65 kali, 7,03 kali, 5,83 kali, 6,30 kali, dan 5,90 kali, d) Rata-rata tingkat perputaran persediaan adalah 4,20 kali, 4,86 kali, 4,49 kali, 5,27 kali, dan 6,10 kali, dan e) Rata-rata pendapatan per lembar saham adalah Rp 3.913,33, Rp 4.525,82, Rp 14.375,57, Rp 348,83, dan Rp 272,32. Rasio keuangan setelah manajemen laba mencerminkan kondisi keuangan perusahaan atau organisasi yang terjadi pada periode tersebut setelah adanya pengaturan yang dilakukan oleh manajer, sehingga tampak adanya kesengajaan manajemen untuk mengatur rasio keuangan tersebut. Manajemen laba pada penelitian ini berpengaruh terhadap rasio keuangan produk industri kreatif keramik. Manajemen laba dapat menaikkan rasio keuangan produk industri kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) terhadap aspek: a) Likuiditas (rasio cepat) sebesar 5,33%, 1,00%, 0,67%, 2,00%, dan 0,33%, b) Profitabilitas (margin laba) sebesar 2,89%, 2,31%, 0,18%, 1,65%, dan 0,41%, c) Solvabilitas (rasio laba operasi terhadap beban bunga) sebesar 1,31 kali, 1,16 kali, 0,02 kali, 0,71 kali, dan 0,15 kali, d) Penilaian (laba per lembar saham) sebesar Rp 707,23, Rp 812,63, Rp 319,12, Rp 44,69, dan Rp 8,21. Sebaliknya, manajemen laba dapat menurunkan aspek aktivitas (perputaran persediaan) produk industri kreatif keramik (*earthenware*, *stoneware*, massa cor, glasir, dan prototipe) sebesar 3,8 kali, 6,47 kali, 5,27 kali, 8,11 kali, dan 11,90 kali.

Saran

Saran saya: (1) Kepada UPT PSTKP Bali, agar segera mempertimbangkan proses manajemen laba terhadap produksi dan penjualan produk industri kreatif keramik sehingga dapat meningkatkan rasio keuangan dan kinerja keuangan pada suatu periode akuntansi; (2) Kepada Perajin atau Pengusaha Keramik, agar meningkatkan manajemen keuangan unit bisnisnya, melalui manajemen laba terhadap produk-produk yang dihasilkan, sehingga sedikit demi sedikit akan terasa manfaat akuntansi dan manajemen keuangan dalam pengembangan usahanya dimasa yang akan datang; (3) Kepada Peneliti, Teknisi Litkayasa, Perekayasa, dan Kalangan Akademis Lain (Lanjutan), agar menerapkan konsep manajemen laba tidak hanya pada produk industri kreatif keramik, tetapi pada berbagai macam produk yang lebih spesifik, sehingga analisisnya akan mencerminkan variasi dari produk-produk unggulan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., & Ahmar, N.. 2014. Real Earnings Management dengan Pendekatan Biaya Produksi, Analisis Berdasarkan Sektor Industri pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (JINAH)*, 3(2): 1172-1192.
- Arifin, B., Janursi, Y., & Ulfah, F.. 2012. Perbedaan Kecenderungan Pengungkapan Corporate Social Responsibility: Pengujian terhadap Manipulasi AkruaI dan Manipulasi Riil. *SNA XV*, 1-29.
- Arizona, I P. E.. 2014. Penerapan Activity-Based Costing (ABC) dalam Menentukan Harga Pokok Produk. *JUARA (Jurnal Riset Akuntansi)*, 4(1): 78-85.
- Armando, E., & Farahmita, A.. 2012. Manajemen Laba Melalui AkruaI dan Aktivitas Riil di Sekitar Penawaran Saham Tambahan dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Perusahaan: Studi pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2001 – 2007. *SNA XV Banjarmasin Kode AKPM 18*, 1-30.
- Astiti, N. K. A., 2014. Uang Kepeng Sepanjang Masa: Perspektif Arkeologi dan Ekonomi Kreatif di Provinsi Bali. *Forum Arkeologi*, 27(1): 45-56.
- Gerya, I M.. 2014. Eksistensi Produk Kriya Kayu Nyoman Sudarma di Desa Jagapati Kabupaten Badung dalam Dunia Bisnis. *MUDRA (Jurnal Seni Budaya)*, 29(2):155-162.
- [Http://semangadmu.blogspot.com/2013/11/manajemen-laba-apakah-termasuk-fraud](http://semangadmu.blogspot.com/2013/11/manajemen-laba-apakah-termasuk-fraud).
- [Http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif](http://id.wikipedia.org/wiki/Industri_kreatif).
- Maryam, S.. 2013. Pertumbuhan Industri Manufaktur 2013 Ditarget 7,14%. *Media Industri*, 1.
- Normal, I N.. 2013. Pengaruh Komposisi Fe₂O₃ dan P₂O₅ terhadap Karakteristik Fisik dan Variabel Keuangan yang Menjadi Dasar Pengambilan Keputusan Bisnis Glasir RUS pada UPT PSTKP Bali-BPPT. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 11(1): 56-72.
- Purwanto, dkk.. 2012. *Hubungan Asimetri Informasi dengan Tindakan Manajemen Laba sebagai Implikasi dari Hubungan Keagenan*. Tugas Akhir. Tegal. Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pancasakti.
- Rolita, R.. 2014. Hubungan Struktur Modal dan Keputusan Investasi pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, 18(3): 370-383.
- Roychowdhury, S. 2006. Earnings Management Through Real Activities Manipulation. *Journal of Accounting and Economics*, 335-370.
- Rudianto. 2013. *Akuntansi Manajemen (Informasi Untuk Pengambilan Keputusan Strategis)*. Jakarta. Erlangga.
- Sudana, I W.. 2014. Strategi Pengembangan Kerajinan Gerabah Tradisional Gorontalo Guna Mendukung Industri Kreatif. *MUDRA (Jurnal Seni Budaya)*, 29(2):163-180.
- Supriyono, R.A. 2014. *Akuntansi Biaya, Pengumpulan Biaya & Penentuan Harga Pokok*. Buku 1. Edisi 2. Cetakan Ke-delapanbelas. Yogyakarta. BPFE.
- Sutriasih, E., Putra, I G. C., & Suryawathy, I G. A.. 2013. Pengaruh Informasi Laba Bersih, Arus Kas, dan Publikasi Dividen pada Volume Perdagangan Perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ilmiah Akunatnsi dan Humanika (JINAH)*, 3(1):1055-1070.
- Trisnawati, R., Wiyadi, & Sasongko, N.. 2012. Pengukuran Manajemen Laba: Pendekatan Terintegrasi. *SNA XV Banjarmasin AKPM 71*, 1-40.
- Wiagustini, Ni Luh Putu. 2014. *Manajemen Keuangan*. Cetakan Pertama. Denpasar. Udayana University Press.