

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bagi perusahaan publik, laporan tahunan tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi keuangan. Dokumen tersebut juga menjadi media untuk menjelaskan arah usaha, risiko, kebijakan, dan berbagai informasi strategis yang diperlukan pemangku kepentingan dalam memahami kondisi perusahaan. Karena itu, kualitas komunikasi melalui laporan tahunan semakin penting ketika keputusan investor, kreditur, dan pihak lain bergantung pada informasi yang dapat diakses secara terbuka.

Keterbukaan informasi menjadi relevan dalam lingkungan pasar modal karena pihak eksternal tidak memiliki akses yang sama terhadap informasi internal perusahaan. Informasi yang memadai dapat membantu mengurangi ketidakpastian dalam menilai kondisi dan prospek emiten. Dalam konteks penelitian ini, perhatian diarahkan pada informasi yang tidak hanya bersifat finansial, tetapi juga menggambarkan aspek strategis dan operasional perusahaan.

Sektor Consumer Non-Cyclicals dipilih karena mencakup perusahaan yang menyediakan barang dan jasa kebutuhan primer. Walaupun permintaan terhadap produk sektor ini cenderung lebih bertahan dibandingkan sektor yang lebih sensitif terhadap siklus ekonomi, perusahaan tetap menghadapi tekanan biaya, perubahan preferensi konsumen, persaingan, efisiensi rantai pasok, dan kebutuhan inovasi. Kondisi tersebut membuat informasi yang mendukung keputusan strategis menjadi relevan untuk dikaji.

Strategic Management Accounting (SMA) menyediakan informasi yang berorientasi pada keputusan strategis, termasuk informasi mengenai biaya, pelanggan, pesaing, pasar, rantai nilai, dan kinerja. Dalam literatur, orientasi ini tercermin dalam berbagai teknik seperti target costing, life-cycle costing, value chain analysis, competitor accounting, strategic pricing, customer profitability analysis, benchmarking, dan pengukuran kinerja strategis. Teknik-teknik tersebut pada dasarnya digunakan untuk membantu manajemen merumuskan, melaksanakan, dan mengevaluasi strategi.

Penelitian ini tidak menilai secara langsung penggunaan teknik SMA di dalam perusahaan. Fokus penelitian berada pada Strategic Management Accounting Disclosure (SMAD), yaitu informasi yang berkaitan dengan perspektif SMA dan dapat diamati melalui annual report. Dengan demikian, skor SMAD menggambarkan keluasan informasi strategis, non-keuangan, dan keuangan yang tersedia bagi pihak eksternal, bukan tingkat penerapan aktual teknik SMA di internal perusahaan.

Tidak seluruh informasi strategis memiliki tingkat keterbukaan yang sama. Sebagian informasi, seperti arah usaha, risiko, atau indikator kinerja, relatif umum disampaikan dalam laporan tahunan. Sebaliknya, informasi yang lebih rinci mengenai biaya, pelanggan, harga, atau teknik manajerial tertentu dapat lebih terbatas. Variasi tersebut menjadi dasar penting untuk memetakan karakteristik pengungkapan SMAD pada perusahaan yang diteliti.

Selain keterbukaan informasi, penelitian juga memperhatikan profitabilitas sebagai salah satu ukuran hasil ekonomi perusahaan. Return on Equity (ROE) digunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan ekuitas pemegang saham. Agar analisis tidak berhenti pada kondisi

satu tahun, penelitian mengukur perubahan profitabilitas melalui selisih ROE tahun 2025 terhadap ROE tahun 2022.

Kajian SMA terdahulu banyak membahas penerapan teknik SMA, faktor yang mendorong penggunaannya, serta hubungannya dengan strategi dan kinerja. Sementara itu, penelitian mengenai SMAD masih lebih terbatas dan umumnya berfokus pada karakteristik atau determinan pengungkapan. Kajian yang menghubungkan tingkat pengungkapan SMAD dengan perubahan profitabilitas, khususnya pada sektor Consumer Non-Cyclicals di Indonesia, masih relatif sedikit. Celah tersebut menjadi ruang bagi penelitian ini untuk menelaah pengungkapan SMAD sekaligus perubahan kinerja profitabilitas.

Penelitian ini memiliki tiga karakteristik utama. Pertama, seluruh 132 perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2025 digunakan sebagai unit observasi awal melalui metode sensus. Setelah verifikasi kelengkapan serta kelayakan data, 118 perusahaan ditetapkan sebagai unit analisis akhir. Kedua, SMAD diukur melalui content analysis atas 42 indikator dengan skoring dikotomi 0 dan 1. Ketiga, perubahan profitabilitas diukur dengan ΔROE , yaitu ROE 2025 dikurangi ROE 2022. Kombinasi tersebut digunakan untuk memperoleh gambaran empiris mengenai pola pengungkapan SMAD dan keterkaitannya dengan perubahan profitabilitas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian diarahkan untuk memetakan tingkat SMAD pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals tahun 2025, menggambarkan perubahan profitabilitas periode 2022–2025, dan mengeksplorasi keterkaitan antara keduanya. Hasil penelitian diharapkan memperluas bukti empiris mengenai pengungkapan informasi strategis pada perusahaan Indonesia sekaligus memberikan pemahaman mengenai apakah keluasan pengungkapan tersebut bergerak searah dengan perubahan profitabilitas.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah penelitian disusun sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *Strategic Management Accounting Disclosure* (SMAD) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2025?
2. Bagaimana perubahan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan Return on Equity (ROE) antara tahun 2022 dan 2025 pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?
3. Bagaimana keterkaitan antara tingkat pengungkapan SMAD tahun 2025 dan perubahan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan ΔROE antara tahun 2022 dan 2025 pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia?

1.3. Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menganalisis tingkat *Strategic Management Accounting Disclosure* (SMAD) pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2025.
2. Menganalisis perubahan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan Return on Equity (ROE) antara tahun 2022 dan 2025 pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
3. Mengeksplorasi keterkaitan antara tingkat pengungkapan SMAD tahun 2025 dan perubahan profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan

Δ ROE antara tahun 2022 dan 2025 pada perusahaan sektor *Consumer Non-Cyclicals* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

1.4. Kontribusi Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai berikut:

1. Memperkaya kajian akuntansi manajemen strategis dan pelaporan perusahaan dengan menempatkan Strategic Management Accounting Disclosure (SMAD) sebagai bentuk keterbukaan informasi yang dianalisis bersama perubahan profitabilitas.
2. Memberikan bukti empiris mengenai tingkat pengungkapan SMAD pada perusahaan sektor Consumer Non-Cyclicals tahun 2025 serta gambaran perubahan ROE antara tahun 2022 dan 2025.
3. Menunjukkan pola keterbukaan informasi strategis pada level kategori dan indikator serta memberikan gambaran mengenai keterkaitannya dengan perubahan profitabilitas.
4. Memberikan informasi tambahan bagi manajemen, investor, dan pihak lain dalam memahami peran pengungkapan informasi strategis sebagai pelengkap evaluasi perusahaan.