

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Peneliti Terdahulu**

Purnomo dan Pratiwi (2009) meneliti pengaruh *earning power* terhadap manajemen laba. Penelitian ini menggunakan *earning power* sebagai variabel independen yang diukur dengan persentasi rasio laba setelah pajak dikurangi total pendapatan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah manajemen laba yang dapat diidentifikasi menggunakan *discretionary accrual approach*. Penelitian ini berhasil membuktikan bahwa kemampuan menghasilkan laba suatu perusahaan dapat mendorong pihak manajemen untuk melakukan modifikasi laba baik dengan cara menerapkan kebijakan *income increasing accrual* ataupun *income decreasing accrual*”, namun pengaruh tersebut cenderung lemah.

Adyawardhana (2010) meneliti hubungan tingkat kesehatan bank dengan praktik manajemen laba. Penelitian ini menguji apakah ketika bank mengalami tingkat kesehatan yang kurang baik mendorong manajemen untuk melakukan dan memilih berbagai metode untuk dapat meningkatkan labanya dengan tujuan menutupi kondisi yang sebenarnya untuk melindungi bank dari efek buruk yang diakibatkan tingkat kesehatan bank yang kurang baik dan apakah pengaruh dari praktik meningkatkan laba yang dilakukan oleh manajemen tersebut terhadap tingkat kesehatan banknya. Dalam penelitian ini, variabel independen kesehatan bank dilihat menggunakan analisis CAMEL dan variabel dependen menggunakan proxy *braver angel*. Hasil penelitian ini menemukan bukti bahwa bank yang mengalami tingkat kesehatan bank yang kurang baik mendorong manajemen

melakukan praktik manajemen laba dengan cara memaksimalkan laba, dan praktik manajemen laba yang dapat membuat tingkat kesehatan bank tersebut meningkat pada tahun berikutnya.

Muliati (2011) melakukan penelitian dengan judul pengaruh *asimetri informasi* dan ukuran perusahaan pada praktik manajemen laba di perusahaan perbankan yang terdaftar di bursa efek Indonesia. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari asimetri informasi, ukuran perusahaan dan manajemen laba. Penelitian ini menggunakan *The Modified Jones Model* untuk menghitung *discretionary accrual* yang menjadi proksi dari manajemen laba. Ukuran perusahaan di proksi dengan total aktiva dan asimetri informasi di proksi dengan *Adjspread*. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan pada manajemen laba.

## **2.2. Landasan Teori**

### **2.2.1. *Earnings Power***

*Earning power* adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Peningkatan kemampuan laba (*earning power*) perusahaan dapat terjadi jika perputaran aset (*turnover on existing assets*) meningkat atau margin laba meningkat atau dua-duanya meningkat (Herlambang, 2003). Sebelum manajer keuangan mengambil keputusan keuangan terlebih dahulu harus memahami kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan ini disajikan dalam laporan keuangan perusahaan.

Di samping manajer keuangan (pihak intern perusahaan), beberapa pihak diluar perusahaan yang juga perlu memahami kondisi keuangan perusahaan

adalah para (calon) pemodal, dan kreditur. Kepentingan keduanya mungkin berbeda namun tujuannya sama yaitu untuk memperoleh informasi dari laporan keuangan. Calon pemodal (pembeli saham) akan lebih berkepentingan dengan prospek keuntungan (laba) perusahaan guna untuk mengetahui investasi yang akan mereka dapatkan di masa yang akan datang.

Pada umumnya salah satu aspek yang digunakan oleh pelaku pasar dalam menilai prospek suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan tersebut dalam memperoleh laba (*earnings power*). Menurut Riyanto (2011:37) "*earnings power* merupakan kemampuan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat besar kecilnya dalam menghasilkan laba". Investor beranggapan bahwa *earnings power* yang tinggi akan menjamin pengembalian investasi serta akan memberikan keuntungan yang layak, oleh karena itu perusahaan harus menampilkan kinerja manajemen yang baik sehingga *earnings power* perusahaan dapat dilihat maksimal.

#### **2.2.2.1 Pengukuran *Earnings Power***

Menurut Riyanto (2011:43) menyatakan perhitungan *earnings power* atas dasar suatu sistem analisa yang dimaksudkan untuk menunjukkan efisiensi perusahaan yang digunakan oleh para pengguna laporan keuangan. Tinggi rendahnya *earnings power* dapat ditentukan oleh beberapa faktor yang bisa dilihat dari rasio keuangan, yaitu :

1. Profit Margin

Dimaksudkan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat kepada besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan sales.

2. Persentase laba bersih dari nilai aktiva (ROA)

Dimaksudkan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat kepada besar kecilnya laba usaha dalam hubungannya dengan aktiva perusahaan

3. ROI, rasio keuntungan neto sesudah pajak dengan jumlah investasi.

Modigliani & Miller (1958) dalam Jatmiko (2012) mengemukakan bahwa: *earningspower* untuk menyatakan nilai perusahaan dari rasio keuangan dimana variabel ROA mewakili efektifitas perusahaan yang mencerminkan kinerja manajemen dalam menghasilkan laba bersamaan dengan aset yang ada, Hasil positif menunjukkan bahwa semakin tinggi *earnings power* semakin efisien laba usaha yang dilihat dari aset dan atau semakin tinggi *profit margin* yang diperoleh perusahaan. Hal ini berdampak pada peningkatan nilai perusahaan.

Nataryah dalam Ma'ruf (2006) menyatakan rasio keuangan yang sering digunakan adalah ROA sebagai salah satu indikator *earnings power* perusahaan, yaitu yang mencerminkan kinerja manajemen dalam menggunakan seluruh aset yang dimilikinya, mempunyai pengaruh yang dominan terhadap harga saham.

Dari berbagai pengertian diatas maka ROA dijadikan sebagai indikator proksi perhitungan *earnings power* dimana ROA adalah salah satu rasio keuangan yang seringkali dipergunakan oleh calon pemodal. Hal ini disebabkan alasan sebagian pemodal berinvestasi adalah mencari keuntungan, dan juga ROA

dianggap mewakili efektifitas perusahaan yang mencerminkan kinerja manajemen dalam menghasilkan laba, maka dari itu para pengguna laporan keuangan dalam melihat *earnings power* perusahaan menggunakan variable *Return On Assets* (ROA), adalah sebagai berikut :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{total aktiva}} \times 100\%$$

(Dendawijaya, 2009:118)

Adapun alasan mengapa penulis menggunakan rasio ini sebagai alat pengukuran *earnings power* pada suatu perusahaan yakni, rasio ini mampu menilai kemampuan perusahaan untuk menggunakan total asetnya dalam menghasilkan profit. Rasio ini juga dapat mewujudkan hubungan investasi baru yang ditunjukkan pada arus kas bersih dikaitkan dengan total aset yang digunakan perusahaan.

### **2.2.2. Asimetri informasi**

*Asimetri informasi* merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) dalam Muliati (2011) menambahkan bahwa jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Prinsipal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitor yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

### **2.2.2.1. Jenis-jenis Asimetri informasi**

Menurut Muliati (2011) Ada dua tipe *asimetri informasi* *adverse selection* dan *moralhazar* :

#### 1. *Adverse selection*

*Adverse selection* adalah jenis *asimetri informasi* dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan/akan melangsungkan suatu transaksi usaha, atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain. *Adverseselection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (*insiders*) lainnya lebih mengetahui kondisi kini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar.

#### 2. *Moral Hazard*

*Moral hazard* adalah jenis *asimetri informasi* dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan pemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

### **2.2.2.2. Pengukuran Asimetri informasi**

Dalam melakukan pengukuran terhadap *asimetri informasi*, penulis menggunakan proksi *bid-ask spread*. *Bid-ask spread* adalah selisih dari harga *bid* dan *ask* sehingga disebut *bid-ask spread*.

Menurut Wasilah (2005), estimasi asimetri dapat dilakukan berdasarkan 3 kategori utama, yaitu:

1. Berdasarkan analyst forecast.

Metode ini dikembangkan berdasarkan pemikiran dari Blackwell dan Dubins. Proxy yang digunakan adalah keakuratan analisis dalam melakukan prediksi atas *earning per share*(EPS) dan diprediksi para analis sebagai ukuran *asimetri informasi*.

Masalah yang sering timbul dari perhitungan ini adalah para penulis sering kali bersikap *over-reacting* terhadap informasi positif dan bersikap *under-reacting* terhadap informasi negatif. Selain itu penggunaan *forecast error* sebagai cara menghitung *asimetri informasi* selalu tidak berhubungan dengan fluktuasi dari *earning* dan bukan disebabkan oleh *asimetri informasi* yang lebih tinggi. Namun, Chung, et al.(1995) dalam Wasilah (2005), berpendapat bahwa ada hubungan yang positif antara pendapat dengan selisih harga *bid-ask*.

2. Berdasarkan kesempatan berinvestasi

Bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi mempunyai kemampuan lebih baik untuk memprediksi arus kas pada periode mendatang, prediksi tersebut berdasarkan aset perusahaan. Beberapa proksi yang banyak digunakan adalah rasio *market value to book value* dari ekuitas, *market to book value* dari asset, *price earning ratio*. Alasan penggunaan rasio tersebut adalah:

- a. Rasio *market vale to book value* dari ekuitas dan *asset*, selain mencerminkan kinerja perusahaan, juga mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan dengan aset yang dimilikinya.
  - b. Price earning ratio mencerminkan risiko dari pertumbuhan earning yang dihadapi perusahaan.
3. Berdasarkan teori *market microstructure*.

Yang menjadi perhatian luas dari teori ini adalah bagaimana harga dan volume perdagangan dapat terbentuk. Untuk melihat kedua faktor tersebut terbentuk melalui *bid-ask spread* yang menyatakan bahwa terdapat suatu komponen *spread* yang turut memberikan kontribusi kerugian yang dialami *dealer* (perusahaan) ketika melakukan transaksi dengan pedagang terinformasi (*informed traders*). *Bid-ask spread* merupakan selisih harga beli tertinggi dimana *trader* (pedagang saham) bersedia membeli suatu saham dengan harga jual terendah dimana *trader* bersedia menjual saham tersebut.

#### **2.2.2.3. Teori *Bid-Ask Spread***

Penelitian Eisenhardt (1989) dalam Muliati (2011) menyatakan bahwa teori keagenan menggunakan tiga asumsi sifat manusia yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self-interest*).
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa datang (*bounded-rationality*).
3. Manusia selalu menghindari risiko (*risk averse*).

Masalah keagenan dihadapi pula oleh partisipan pasar modal, salah satu partisipan pasar modal adalah *dealer* atau *market makers*. Ketidakpastian yang

dihadapi *dealer* disebabkan karena adanya ketidakseimbangan informasi (*information asymmetry*). Untuk mengurangi ketidakpastian tersebut *dealer* membutuhkan informasi. Untuk mendapatkan informasi dibutuhkan biaya.

Besarnya ketidakseimbangan informasi yang dihadapi *dealer* akan tercermin pada *spread* yang ditentukannya. *Dealer* selalu berusaha menentukan *spread* secara wajar dengan memperhatikan kejadian tertentu atau kondisi atau informasi apa saja yang memberikan sinyal mengenai surat berharga yang dimilikinya. *Bid-ask spread* merupakan selisih harga beli tertinggi dengan harga jual terendah saham *trader*.

Stoll (1989) dalam Mardiyah (2001) menyatakan bahwa *bid ask spread* merupakan fungsi dari tiga komponen biaya yang berasal dari:

1. Pemilikan saham (*inventory holding*)
2. Pemrosesan pesanan (*order processing*)
3. Informasi asimetri.

Biaya pemilikan menunjukkan *trade off* antara memiliki terlalu banyak saham dan memiliki terlalu sedikit saham. Atas biaya pemilikan saham tersebut akan menimbulkan *opportunity cost*. Biaya pemrosesan pesanan meliputi biaya administrasi, pelaporan, proses komputer, telepon, dan lainnya. Sedangkan biaya informasi asimetri lahir karena adanya dua pihak *trader* yang tidak sama dalam memiliki dan mengakses informasi. Pihak pertama adalah *informed trader* yang memiliki informasi superior dan pihak lainnya yaitu *uninformed trader* yang tidak memiliki informasi. Ketidakseimbangan informasi tersebut menyebabkan munculnya perilaku *adverse selection* dan *moral hazard* dalam perdagangan

saham antar trader. Jika kedua belah pihak bertransaksi, maka *uninformed trader* menghadapi risiko rugi jika bertransaksi dengan *informed trader*. Upaya mengurangi risiko rugi tersebut tercermin dalam *bid ask spread*.

Literatur mikrostruktur dalam penelitian Rahmawati dkk (2006) dalam Muliati (2011) mengenai *bid-ask spread* menyatakan bahwa terdapat suatu komponen *spread* yang turut memberikan kontribusi terhadap kerugian yang dialami *dealer* ketika bertransaksi dengan pedagang terinformasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Biaya pemrosesan pesanan (*order processing cost*), terdiri dari biaya yang dibebankan oleh pedagang sekuritas (efek) atas kesiapannya mempertemukan pesanan pembelian dan penjualan, dan kompensasi untuk waktu yang diluangkan oleh pedagang sekuritas guna menyelesaikan transaksi.
2. Biaya penyimpanan persediaan (*inventory holding cost*), yaitu biaya yang ditanggung oleh pedagang sekuritas untuk membawa persediaan saham agar dapat diperdagangkan sesuai dengan permintaan.
3. *Adverse selection component*, menggambarkan suatu upah (*reward*) yang diberikan kepada pedagang sekuritas untuk mengambil suatu risiko ketika berhadapan dengan investor yang memiliki informasi superior. Komponen ini terkait erat dengan arus informasi di pasar modal. Berkaitan dengan *bid-ask spread*, fokus perhatian akuntan adalah pada komponen *adverse selection* karena berhubungan dengan penyediaan informasi ke pasar modal.

Cohen, dkk. (1986) menekankan bahwa riset mengenai kos transaksi/kos kesegeraan (*immediacy cost*) harus membedakan antara *spread dealer* dan *spread*

pasar. Cohen, dkk. (1986) dalam Muliati (2011) menjelaskan bahwa *spread dealer* untuk suatu saham merupakan perbedaan harga *bid* dan *ask* yang ditentukan oleh *dealer* secara individual ketika *dealer* hendak memperdagangkan saham tersebut, sedangkan *spread* pasar untuk suatu saham merupakan perbedaan harga *bid* tertinggi dan *ask* terendah diantara beberapa *dealer* yang sama-sama melakukan transaksi untuk saham tersebut. Berdasarkan perbedaan tersebut, maka *spread* pasar dapat lebih kecil dibandingkan dengan *spread dealer*. Dasar pemilihan

### **2.2.3. Pengertian Manajemen Laba**

Laporan laba rugi (*Income Statement or Statement of Earnings*) merupakan salah satu komponen laporan keuangan yang sangat penting bagi pemakai informasi keuangan. Laporan laba rugi mengikhtisarkan hasil dari aktivitas ekonomi perusahaan selama satu periode akuntansi. Laporan keuangan merupakan media komunikasi yang digunakan untuk menghubungkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pentingnya laporan keuangan juga diungkapkan oleh

Belkaoui (2000) Laporan keuangan merupakan sarana untuk mempertanggungjawabkan apa yang dilakukan oleh manajer atas sumber daya pemilik. Ada kepercayaan di kalangan manajer bahwa pengguna eksternal laporan keuangan tidak sepenuhnya menyesuaikan efek atau pengaruh dari perbedaan kebijakan akuntansi diantara perusahaan. Manajer seperti ini secara *opportunistic* mencari kemungkinan meningkatkan nilai saham mereka melalui teknik akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan (*reported earnings*). Sebagai akibatnya

investor mungkin dapat ditipu sementara mengenai nilai dasar perusahaan (*firm fundamental value*).

Scott (2003) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan political costs (*opportunistic Earnings Management*). Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif efficient contracting (*Efficient Earnings Management*), dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan demikian, manajer dapat mempengaruhi nilai pasar saham perusahaannya melalui manajemen laba, misalnya dengan membuat perataan laba (*income smoothing*) dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Sedangkan menurut Chancera (2011) bahwa manajemen laba merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan. Manajemen laba menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa.

Menurut Scott (2003), terdapat berbagai motivasi mengapa perusahaan, dalam hal ini manajer melakukan *earnings management*, yaitu :

1. *Other Contractual Motivation*
2. *Bonus Plan*
3. *Political Motivations*

4. *Taxation Motivation*
5. *Change of CEO (Chief Executive Officer)*
6. *IPO (Initial Public Offerings)*

Adapun penjelasan dari motivasi manajemen laba diatas adalah sebagai berikut :

1. *Other Contractual Motivations*

Motivasi ini muncul ketika perusahaan melakukan perjanjian utang yang berisikan perjanjian untuk melindungi sang pemberi pinjaman dari aksi manajer yang tidak sesuai dengan kepentingan investor, seperti deviden yang berlebihan, pinjaman tambahan, pemberian modal kerja atau laporan ekuitas jatuh dibawah tingkat yang ditetapkan dan semua aktivitas yang dapat mencairkan sekuritas sang pemberi pinjaman. Karena pelanggaran perjanjian dapat mengakibatkan biaya tinggi, maka manajer perusahaan akan berusaha untuk menghindarinya dengan perjanjian yang telah disepakati.

2. *Bonus Plans*

Laba sering dijadikan indikator penilaian prestasi manajer perusahaan, motivasi bonus merupakan dorongan bagi manajer perusahaan dalam melaporkan laba yang diperolehnya untuk mendapatkan bonus yang dihitung atas dasar laba tersebut, jika laba lebih rendah daripada laba yang ditetapkan maka akan mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba, dengan cara meningkatkan tingkat laba yang harus dicapai dalam periode tertentu.

### 3. *Political Motivations*

Motivasi ini terjadi pada perusahaan-perusahaan besar dan industri strategis yang cenderung menurunkan laba visibilitasnya, khususnya selama periode kemakmuran tinggi. Tindakan ini diperoleh untuk mengurangi biaya politik dan pengawasan dari pemerintah, memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah, misalnya subsidi, perlindungan dari pesaing luar negeri, untuk meminimalkan tuntutan serikat buruh.

### 4. *Taxation Motivations*

Dalam hal ini manajer berusaha menurunkan laba untuk mengurangi beban pajak yang harus dibayar. Karena laba berbanding lurus dengan beban pajak, apabila laba semakin besar maka beban pajak yang harus ditanggung oleh perusahaan semakin tinggi. Untuk menghindari hal tersebut maka perusahaan akan melakukan manajemen laba agar laba yang dilaporkan kepada fiskal lebih rendah sehingga akan mengurangi beban pajak yang ditanggungnya.

### 5. *Change of CEO (Chief Executive Officer)*

Motivasi ini terjadi ketika dalam kasus pergantian manajer biasanya diakhir tahun tugasnya, manajer akan melaporkan laba yang tinggi, sehingga CEO yang baru merasa sangat berat untuk mencapai tingkat laba tersebut atau ketika pimpinan perusahaan yang mempunyai kinerja buruk sehingga mereka akan melakukan manajemen laba untuk menunda pemecatan agar pimpinan tersebut mempunyai cukup waktu untuk memperbaiki kinerjanya.

### 6. *IPO (Initial Public Offerings)*

Perusahaan yang baru saja menerbitkan saham perdana (IPO) belum bisa memiliki harga pasar saham yang mapan. Cara untuk mempengaruhi pasar adalah dengan memberikan informasi *net income* sehingga pasar memberikan respon positif terhadap harga saham.

Menurut Scott (2003) pola manajemen laba dapat dilakukan dengan cara:

1. *Taking a Bath*

Pola ini terjadi pada saat reorganisasi termasuk pengangkatan CEO baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba di masa datang.

2. *Income Minimization*

Dilakukan pada saat perusahaan mengalami tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga jika laba pada periode mendatang diperkirakan turun drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya.

3. *Income Maximization*

Dilakukan pada saat laba menurun. Tindakan atas *income maximization* bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Pola ini dilakukan oleh perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang.

4. *Income Smoothing*

Dilakukan perusahaan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

### 2.2.3.1. Teknik Manajemen Laba

Dalam melakukan perekayasaan atas laporan keuangan, terdapat beberapa teknik yang mungkin dilakukan. Menurut Ayres dalam Purnomo dan Pratiwi (2009), teknik-teknik tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1. Manajemen Akrual (*Accrual Management*)

Manajemen akrual biasanya dikaitkan dengan segala aktivitas yang dapat mempengaruhi aliran kas dan juga keuntungan yang secara pribadi merupakan wewenang dari para manajer (*managers discretion*). Contoh, mempercepat atau menunda pengakuan pendapatan (*revenue*), menganggap sebagai suatu beban biaya atau menganggap sebagai suatu tambahan investasi atas suatu biaya (*amortize or capitalize of an investment*).

#### 2. Penerapan Kebijakan Akuntansi Wajib (*Adoption of Mandatory Accounting Changes*)

Terkait dengan penerapan suatu kebijakan akuntansi yang wajib dilakukan oleh perusahaan, manajemen perusahaan memiliki dua pilihan yaitu apakah menerapkan lebih awal dari waktu yang ditetapkan atau menundanya sampai saat berlakunya kebijakan tersebut.

#### 3. Perubahan Akuntansi Secara Sukarela (*Voluntary Accounting Changes*)

Perubahan metode akuntansi secara sukarela, biasanya berkaitan dengan upaya manajer untuk mengganti atau merubah suatu metode akuntansi tertentu di antara sekian banyak metode yang sesuai dengan Prinsip-Prinsip Akuntansi Berterima Umum (PABU).

### 2.2.3.2. Pengukuran Manajemen Laba

Manajemen laba dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan, sebab akrual merupakan komponen yang mudah untuk dipermainkan sesuai dengan keinginan orang yang melakukan pencatatan transaksi dan penyusunan laporan keuangan. Alasannya, komponen akrual merupakan komponen yang tidak memerlukan bukti kas secara fisik sehingga upaya mempermainkan besar kecilnya komponen akrual tidak harus disertai dengan kas yang diterima atau dikeluarkan perusahaan.

Oleh sebab itu, upaya awal untuk memahami manajemen laba adalah dengan memahami dasar akuntansi yang selama ini digunakan dan diakui secara luas, yaitu akuntansi berbasis akrual. Basis akuntansi ini merupakan dasar pencatatan akuntansi yang mewajibkan perusahaan mengakui hak dan kewajiban tanpa memperhatikan kapan kas akan diterima atau dikeluarkan.

Penelitian yang berkaitan dengan metode deteksi *earnings management* antara lain dilakukan oleh Dechow, *et al.* (1995) yang mengevaluasi berbagai alternatif model untuk deteksi *earnings management* berdasarkan *accruals*. Perbandingan dilakukan terhadap lima model, yaitu model Healy, model DeAngelo, model Jones, model Modified Jones, dan model Industri. Pengujian dilakukan untuk mengetahui kemampuan model dengan menerapkan pengujian statistik.

Pendekatan *total accruals* yang digunakan dalam penelitian ini sejalan dengan model awal yang dikembangkan oleh Healy dan DeAngelo, dan Friedlan

(dalam Hendra, Yie, 2005). Healy dan DeAngelo berpendapat bahwa *total accruals* terdiri atas *discretionary accruals* dan *non-discretionary accruals*, dimana *total accruals* tidak mudah terobservasi. Pendekatan ini berasumsi bahwa komponen *non-discretionary accruals* cenderung stabil sepanjang waktu, sehingga yang layak untuk dipertimbangkan adalah komponen *discretionary accruals*. Karena salah satu alasan utama perusahaan *go public* adalah pesatnya pertumbuhan, maka perlu dilakukan penyesuaian terhadap pengukuran *discretionary accruals*. Penyesuaian dilakukan untuk mengurangi kemungkinan bahwa pengukuran *discretionary accruals* sepenuhnya dipengaruhi oleh pertumbuhan.

Menurut Chan, Jegadesh, dan Lakonoshok (2001), *discretionary accruals* merupakan laba abnormal yang sebagian besar dikarenakan oleh item non-kasyang mewakili manipulasi laba. *Discretionary accruals* digunakan sebagai indikator adanya praktik manajemen laba, karena manajemen laba lebih menekankan pada keleluasaan atau kebijakan (*discretion*) yang tersedia dalam memilih dan menerapkan prinsip-prinsip akuntansi untuk mencapai hasil akhir, dan dijalankan dalam kerangka praktik yang berlaku secara umum yang masih diperdebatkan. Atau dengan kata lain, *discretionary accruals* merupakan *accruals* dimana manajemen memiliki fleksibilitas dalam mengontrol jumlahnya karena *discretionary accruals* ada di bawah kebijaksanaan (*discretion*) manajemen. Secara sistematis, *total accruals* untuk periode  $t$  dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$TAC_T = NI_T - CFO_T$$

Keterangan:

$TAC_T$  : *Total accruals* pada periode T.  
 $NI_T$  : Laba bersih operasi (*operating income*) periode T.  
 $CFO_T$  : Aliran kas dari aktivitas operasi pada akhir tahun T.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan model yang digunakan oleh Friedlan (dalam Hendra, Yie, 2005) dengan melakukan penyesuaian terhadap perhitungan *total accruals* yang memiliki asumsi bahwa proporsi yang konstan antara *total accruals* dan penjualan pada periode yang berurutan. Oleh karena itu, jumlah *total accruals* yang melekat pada diskresi manajemen merupakan perbedaan antara *total accruals* pada periode yang diuji dan standarisasi dengan penjualan pada periode yang diuji dan *total accruals* pada periode dasar yang distandarisasi dengan penjualan pada periode dasar. Secara formal perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$DAC_{PT} = \left( \frac{TAC_{PT}}{Sales_{PT}} \right) - \left( \frac{TAC_{PD}}{Sales_{PD}} \right)$$

Keterangan:

$DAC_{PT}$  : *discretionary accruals* pada periode tes  
 $TAC_{PT}$  : *total accruals* pada periode tes  
 $Sales_{PT}$  : penjualan pada periode tes  
 $TAC_{PD}$  : *total accruals* pada periode dasar  
 $Sales_{PD}$  : penjualan pada periode dasar

Indikasi bahwa telah terjadi *earnings management* ditunjukkan oleh koefisien DAC yang positif, sebaliknya bila koefisien DAC negatif berarti tidak ada indikasi bahwa manajemen telah melakukan upaya menaikkan keuntungan melalui *income-increasing discretionary accruals*.

## 2.3. Hipotesis

### 2.3.1. Hubungan *Earning power* dan Manajemen Laba

*Earnings power* adalah kemampuan untuk mengetahui efisiensi perusahaan dengan melihat besar kecilnya dalam menghasilkan laba (Riyanto 2011:37). Pelaku pasar menggunakan *earnings power* sebagai salah satu aspek dalam menilai prospek suatu perusahaan. Investor beranggapan bahwa *earning power* yang tinggi akan menjamin pengembalian investasi serta akan memberikan keuntungan yang layak (Purnomo dan Pratiwi, 2009).

Bukti empirik ditunjukkan oleh Watts dan Zimmerman (1986) yang menyatakan bahwa keuntungan secara akuntansi merupakan informasi yang relevan dengan aliran kas perusahaan saat ini dan masa mendatang. Sementara itu Datta dan Dhillon (1993) menemukan bahwa kejutan laba berpengaruh baik di pasar saham maupun pasar obligasi. Temuan ini menguatkan hipotesa bahwa angka laba memiliki kandungan informasi bagi semua pelaku pasar.

Pada dasarnya *earning power* menjadi pusat penilaian prospek suatu emiten meskipun investor memiliki banyak cara dalam menilainya (Purnomo dan Pratiwi, 2009). Investor lebih sering terpusat pada informasi laba tanpa memperhatikan prosedur yang digunakan untuk menghasilkan informasi laba tersebut (Beattie, et al, 1994). Hal itu menjadikan motivasi kepada pihak manajemen dalam melakukan praktik manajemen laba yang dapat memberikan keuntungan kepada pribadi dan juga nilai pasar perusahaan. Kemampuan menghasilkan laba (*earning power*) ini diduga mempengaruhi perilaku

manajemen laba, karena secara logis terkait langsung dengan objek modifikasi laba. Sehingga dengan demikian diduga bahwa *earning power*

**H1: *Earning power* berpengaruh terhadap praktek manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan.**

### **2.3.2. Hubungan Asimetri Informasi dan Manajemen Laba**

Keberadaan *asimetri informasi* dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Richardson (1998) dalam Muliati (2011) berpendapat bahwa terdapat hubungan yang sistematis antara *asimetri informasi* dengan tingkat manajemen laba. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Fleksibilitas manajemen untuk memmanajemeni laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar. Kualitas laporan keuangan akan mencerminkan tingkat manajemen laba. Beberapa peneliti telah menemukan bahwa *asimetri informasi* dapat mempengaruhi manajemen laba.

Teori keagenan (Agency Theory) Muliati (2011) mengimplikasikan adanya *asimetri informasi* antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. *Asimetri informasi* muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Jika dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan, ketika terdapat *asimetri informasi*, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Sinyal yang

diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan ( disclosure ) informasi akuntansi.

Cristie & Zimmerman (1994) dalam Muliati (2011) membuktikan bahwa perusahaan yang melakukan takeover cenderung memilih metoda depresiasi dan metode pencatatan persediaan, yang dapat meningkatkan laba akuntansi. Berdasarkan penelitian tersebut juga disimpulkan bahwa terdapat sikap opportunistic manajemen dalam kasus ambil alih perusahaan, sekalipun alasan utama pemilihan metode akuntansi didasarkan pada pertimbangan efisiensi atau pertimbangan memaksimalkan nilai perusahaan.

**H2: Asimetri informasi berpengaruh terhadap praktek manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan.**

### **2.3.3. Hubungan *Earning Power* dan Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba**

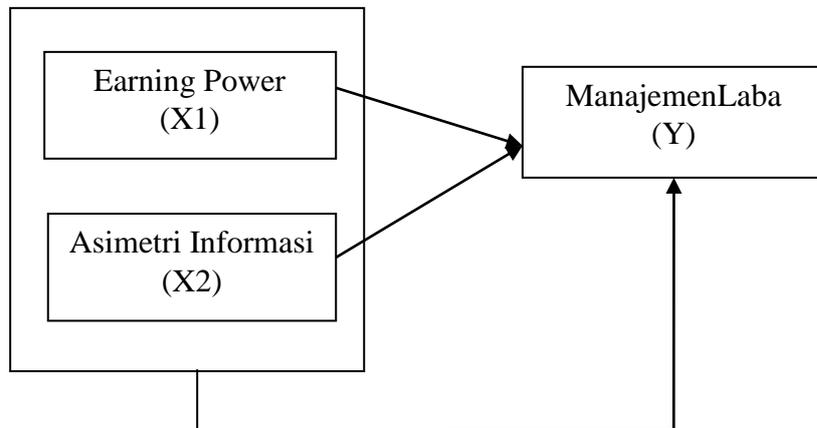
Penilaian kinerja perusahaan bagi manajemen dapat diartikan sebagai penilaian terhadap prestasi yang dapat dicapai. Dalam hal ini laba dapat digunakan sebagai ukuran dari prestasi yang dicapai dalam suatu perusahaan dan informasi laba membantu pemilik atau pihak lain melakukan penaksiran atas *earning power* perusahaan di masa yang akan datang (Purnomo dan Pratiwi, 2009). Kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba pada umumnya menjadi salah satu aspek yang digunakan oleh pelaku pasar dalam menilai prospek suatu perusahaan. Investor beranggapan bahwa *earning power* yang tinggi akan menjamin pengembalian investasi serta akan memberikan keuntungan yang layak, oleh karena itu perusahaan harus menampilkan kinerja manajemen yang baik sehingga

*earning power* perusahaan dapat dilihat maksimal. Dalam sebuah perusahaan, manajemen mengetahui peristiwa-peristiwa yang terjadi pada perusahaan, sedangkan pihak eksternal yang tidak berada di perusahaan secara langsung, tidak mengetahui informasi tersebut sehingga tingkat ketergantungan manajemen terhadap informasi akuntansi tidak sebesar para pengguna eksternal. *Asimetri informasi* terjadi jika salah satu pihak dari suatu transaksi memiliki informasi lebih banyak atau lebih baik dibandingkan pihak lainnya. Beberapa peneliti telah menemukan bahwa *asimetri informasi* dapat mempengaruhi manajemen laba. Teori Keagenan (*Agency Theory*) mengimplikasikan adanya *asimetri informasi* antara manajer untuk melakukan manajemen laba yang bertujuan untuk bertindak *opportunistic* yaitu memaksimalkan keuntungan pribadi. Berdasarkan analisis di atas, maka penulis menduga bahwa semakin tinggi tingkat *earning power* dan *asimetri informasi*, maka cenderung untuk melakukan manajemen laba.

**H3: *Earning power* dan *Asimetri informasi* berpengaruh terhadap praktek manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan.**

#### **2.4. Kerangka Konseptual**

Pada umumnya salah satu aspek yang digunakan oleh pelaku pasar dalam menilai prospek suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan tersebut dalam memperoleh laba (*earnings power*). Sebagai acuan untuk mengarahkan penelitian ini, maka dapat dibuat alur untuk mengukur pengaruh *earning power* dan *Asimetri informasi* terhadap manajemen laba.



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Konseptual**