

## **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Handayani dan Rachadi (2009) melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris bahwa perusahaan berukuran sedang dan besar berpengaruh dan lebih agresif melakukan manajemen laba dengan senantiasa melaporkan laba positif, untuk menghindari pelaporan kerugian (*earning losses*) dan bahwa perusahaan berukuran sedang dan besar berpengaruh lebih agresif melakukan manajemen laba dengan senantiasa melaporkan laba positif untuk menghindari pelaporan penurunan laba. Variabel independen ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan market value dimana jumlah saham beredar dikalikan dengan harga pasar saham. Perusahaan yang memiliki *market value* di atas 1 trilyun rupiah, dikategorikan besar, bila memiliki *market value* lebih besar dari 100 milyar rupiah dan lebih kecil dari 1 triliyun rupiah dikategorikan sedang, dan kategori kecil bila memiliki market value dibawah 100 milyar rupiah. Variabel dummy digunakan untuk memproksikan variabel ukuran perusahaan, perusahaan ukuran sedang dan besar diberi kode 1 dan perusahaan kecil diberi kode 0. Objek penelitian ini menggunakan data pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEJ selama periode 2003 sampai dengan 2006, jumlah perusahaan yang di delisting selama periode pengamatan, perusahaan yang tidak lengkap datanya dan perusahaan yang mata uang

pelaporannya selain rupiah selanjutnya di kumpulkan untuk di analisis menggunakan analisis parametrik *multivariate probit analysis*. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa perusahaan-perusahaan sedang dan besar tidak terbukti agresif dalam melakukan manajemen laba melalui mekanisme pelaporan laba positif baik untuk menghindari *earning losses* maupun *earning decreases*, namun perusahaan kecil cenderung melakukan manajemen laba.

Rahmawati dkk (2013) melakukan penelitian tentang pengaruh mekanisme *corporate governance*, kualitas auditor eksternal dan *likuiditas* terhadap kualitas laba pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris bahwa *likuiditas* berpengaruh signifikan terhadap kualitas laba. Variabel independen *likuiditas* diukur menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis kausalitas dan variabel dependen yaitu kualitas laba. Analisis dilakukan dengan melihat kecenderungan hubungan antar fenomena yang dilakukan dengan menggunakan analisis statistik inferensial. Objek penelitian ini menggunakan data pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 sampai dengan 2011. Teknik pada penelitian ini menggunakan *Generalized Least Squares (GLS)*. *Generalized Least Squares (GLS)* digunakan untuk menguji dan membuktikan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Laba. Namun peneliti ingin meneliti Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, karena ditinjau dari penelitian terdahulu bahwa Likuiditas memiliki pengaruh terhadap kualitas laba. Dari sinilah peneliti

mencoba membuktikan secara empiris pengaruh Likuiditas terhadap Manajemen Laba.

Tarjo (2008) melakukan penelitian tentang pengaruh konsentrasi kepemilikan institutional dan *leverage* terhadap manajemen laba dan nilai pemegang saham serta cost of equity capital pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris bahwa *leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Variabel independen *leverage* diukur dengan membagi total hutang dengan jumlah modal perusahaan dimana *leverage* yang dimaksud adalah jumlah aset yang tidak dibiayai oleh ekuitas pemegang saham dan variabel dependen yaitu manajemen laba. Objek penelitian ini menggunakan data pada perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia tahun 2004 sampai dengan 2005. Metode penelitian ini menggunakan teknik *Partial Least Square* (PLS). Fornell *et al.* (1985) menyatakan bahwa estimasi PLS tidak memerlukan asumsi-asumsi mengenai data metrik, multinormalitas. Data metrik berisi nilai kuantitatif dan yang termasuk data metrik adalah tipe data interval dan rasio. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan program SmartPLS Versi 1.01. Menurut Wold (1982) dalam Ghazali (2006:4), PLS merupakan metode analisis yang kuat (*powerfull*) karena tidak didasarkan banyak asumsi, misalnya data yang digunakan tidak harus berdistribusi normal multivariat. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba.

Kencana (2012) melakukan penelitian tentang pengaruh pengaruh struktur kepemilikan, praktek corporate governance dan *leverage* terhadap

manajemen laba. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh bukti empiris bahwa *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba. Objek penelitian ini menggunakan data pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2007 sampai dengan 2011. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linier berganda, metode regresi berganda adalah metode statistik untuk menguji hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba artinya apabila suatu perusahaan memiliki *leverage* yang tinggi, maka kemungkinan untuk melakukan manajemen laba sangat besar dalam pengungkapan terhadap publik. Sedangkan penelitian Chen *et al* (2005) adalah *Leverage* berhubungan negative dengan manajemen laba. Dengan demikian peneliti saat ini ingin membuktikan kebenaran pengaruh positif terhadap Manajemen Laba melalui data-data yang terkumpul dan membuktikan signifikansi pengaruhnya.

Purnomo dan Pratiwi (2009) melakukan penelitian tentang pengaruh *earning power* terhadap praktek manajemen laba. Penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan bukti empiris tentang seberapa besar pengaruh *earning power* terhadap praktek manajemen laba. Variabel independen *earning power* diukur dengan menggunakan *Net Profit Margin* dan variabel dependen praktek manajemen laba. Objek penelitian ini menggunakan data pada perusahaan real estate dan property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, sektor manufaktur dipilih sebagai populasi karena sektor tersebut mendominasi keseluruhan perusahaan publik yang *listing* di Bursa Efek Indonesia, selain itu berdasarkan

penelitian yang telah dilakukan Kiswara (1999) pada industri inilah manajemen laba (*earning management*) lebih banyak terdeteksi. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Metode dalam penelitian ini menggunakan *distribusi chi kuadrat* yaitu *statistic non parametric* yang digunakan untuk mengetahui variabel independen terhadap variabel dependen (Sudjana, 2003: 186). Selain itu untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh *earning power* terhadap manajemen laba (variabel y) maka dilakukan perhitungan dengan menggunakan *koefisien kontingensi C*. Daftar seluruh perusahaan sektor manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) di kumpulkan dan selanjutnya di analisis menggunakan analisis deskriptif - verifikatif, dan yang menjadi variabel Independen dalam penelitian ini adalah *Earning power*. Hasil penelitian ini menyatakan dan membuktikan bahwa *earning power* mempunyai pengaruh terhadap tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Namun pengaruh yang di temukan cenderung lemah, namun secara simultan membuktikan bahwa *earning power* suatu perusahaan dapat mendorong manajer untuk melakukan praktek manajemen laba. Hal ini yang mendorong peneliti untuk memperkuat pengaruh *earning power* terhadap Manajemen Laba hasil dari penelitian tersebut, karena dinilai secara simultan bahwa *earning power* dapat mendorong manajer melakukan manajemen laba.

Pada tabel 2.1 berikut ini menunjukkan ringkasan dari penelitian terdahulu yang mempunyai hubungan dengan faktor yang mempengaruhi manajemen laba. Untuk lebih memperjelas penelitian terdahulu, berikut matriknya.

**Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul	Variabel	Hasil
1	RR. Sri Handayani & Agustono Dwi Rachadi (2009)	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba.	Independen : Ukuran Perusahaan  Dependen : Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan besar dan sedang tidak terbukti agresif terhadap Manajemen Laba, namun perusahaan kecil cenderung melakukan manajemen laba.
2	Amanita Novi Yushita, Rahmawati & Hanung Triatmoko (2013)	Pengaruh Mekanisme Corporate Governance, Kualitas Auditor Eksternal dan Likuiditas terhadap Kualitas Laba.	Independen : 1. Mekanisme Corporate Governance 2. Kualitas Auditor Eksternal 3. Likuiditas  Dependen : Kualitas Laba	1. Corporate Governance berpengaruh negatif terhadap Kualitas Laba 2. Kualitas auditor eksternal berpengaruh negatif terhadap Kualitas Laba 3. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap Kualitas Laba
3	Tarjo (2008)	Pengaruh Konsentrasi Kepemilikan Institusional dan Leverage terhadap manajemen laba dan Nilai Pemegang Saham serta Cost of Equity Capital.	Independen : 1. Konsentrasi Kepemilikan Institusional 2. Leverage  Dependen : 1. Manajemen Laba 2. Nilai Pemegang Saham serta Cost of Equity Capital.	1. Konsentrasi Kepemilikan Institusional berpengaruh terhadap Manajemen Laba 2. Leverage terhadap Manajemen Laba

4	Tiara Dewi Kencana (2012)	Pengaruh Struktur Kepemilikan, Praktek Corporate Governance dan Leverage terhadap Manajemen Laba.	Independen : 1. Struktur Kepemilikan 2. Praktek Corporate Governance 3. Leverage  Dependen : Manajemen Laba	1.Struktur kepemilikan berpengaruh terhadap Manajemen Laba 2. Corporate Governance berpengaruh terhadap Manajemen Laba 3. Leverage berpengaruh terhadap Manajemen Laba
5	Budi S.Purnomo, S.E., M.M., M.SI. & Puji Pratiwi, SE. (2009)	Pengaruh Earning power terhadap Praktek Manajemen Laba	Independen : Earning power  Dependen : Manajemen Laba	Earning power berpengaruh terhadap praktek Manajemen Laba namun cenderung lemah

*Sumber : Dikumpulkan dari berbagai sumber*

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya dalam periode waktu yang digunakan. Penelitian ini menggunakan periode waktu 2011 sampai dengan 2013.

Penelitian ini juga berbeda dengan penelitian sebelumnya dalam hal variabel independen yang digunakan, yaitu:

1. Dengan penelitian Handayani dan Rachadi (2009). Variabel yang digunakan adalah ukuran perusahaan.
2. Dengan penelitian Rahmawati dan Triatmoko (2013). Variabel yang digunakan adalah mekanisme corporate governance, kualitas auditor eksternal dan likuiditas.

3. Dengan penelitian Tarjo (2008). Variabel yang digunakan adalah konsentrasi kepemilikan institutional dan leverage.
4. Dengan penelitian Purnomo dan Pratiwi (2009). Variabel yang digunakan adalah earning power.

Penelitian ini menggunakan variabel ukuran perusahaan, likuiditas, leverage dan earning power, analisis yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda. Selain perbedaan dalam variabel penelitian dan teknik analisis, perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah periode penelitian. Handayani dan Rachadi (2009) menggunakan perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2003-2006. Rahmawati dan Triatmoko (2013) menggunakan perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2007-2011. Tarjo (2008) menggunakan perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia periode tahun 2004-2005. Purnomo dan Pratiwi (2009) menggunakan perusahaan Manufaktur di Bursa Efek Indonesia. Sedangkan dalam penelitian ini menggunakan data tahun 2011-2013 pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.

## **2.2 Landasan Teori**

Salah satu ukuran kinerja perusahaan yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis adalah laba yang dihasilkan perusahaan. Informasi laba sebagaimana yang dinyatakan dalam *Statment Of Financial Accounting concept* (SFAC) no 1 merupakan unsur utama dalam laporan keuangan dan sangat penting bagi pihak-pihak yang menggunakannya karena memiliki nilai prediktif.

Hal tersebut membuat pihak manajemen berusaha untuk melakukan manajemen laba agar kinerja perusahaan tampak baik oleh pihak eksternal.

Manajemen laba (*earning management*) didefinisikan oleh beberapa peneliti akuntansi secara berbeda-beda sebagai berikut :

1. Widyaningdyah (2001:92) membagi definisi manajemen laba menjadi definisi sempit dalam artian sebagai perilaku manager untuk bermain dengan komponen discretionary accruals dalam penentuan besarnya laba dan definisi luas dalam artian tindakan manager untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas unit dimana manager bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (enurunan) profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.
- 3 Healy dan Wahlen (1999: 368) memberikan definisi manajemen laba yang ditinjau dari sudut pandang penyetar standar, yaitu manajemen laba terjadi ketika para manager menggunakan keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan sehingga menyesatkan stakeholder yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu.
3. Schipper (1989: 92) mengartikan manajemen laba dari sudut pandang fungsi pelaporan pada pihak eksternal, sebagai disclosure terhadap proses pelaporan keuangan kepada pihak eksternal dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan pribadi.

4. Assih dan Gundono (2000: 37) mengartikan manajemen laba sebagai suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan General Accepted Accounting Principles (GAAP) untuk mengarahkan pada suatu tingkat yang diinginkan atas laba yang dilaporkan.

Meskipun sudut pandang definisi manajemen laba yang telah dikemukakan oleh beberapa peneliti akuntansi berbeda, namun pada dasarnya definisi manajemen laba yang dikemukakan mengarah pada perspektif opportunist.

Scott (2000: 351) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak uang, dan political cost (opportunistic Earning Management). Kedua, memandang manajemen laba dari perspektif efficient contracting (efficient Earning 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 melakukan manajemen laba, misalnya dengan membuat perataan laba dan pertumbuhan laba sepanjang waktu. Selain itu, dari beberapa definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa manajemen laba yang dilakukan oleh manajer tidak hanya dengan cara memaksimalkan laba tetapi juga dengan meminimalkan laba.

### 2.2.1 *Agency Theory*

Agency Theory mulai dikenal dari penelitiannya Jensen and Meckling (1976) dalam Luayyi (2010) sebagai kontrak antara satu atau lebih pihak (sebagai principal) dan pihak lainnya (sebagai agent), untuk menjalankan wewenang dan pengambilan keputusan melalui atas nama prinsipal. Menurut konsep Agency Theory milik Anthony dan Govindarajan (1995) dalam Pujiningsih (2011) menyatakan bahwa hubungan atau kontrak antara prinsipal dan agen. Sehingga timbul masalah keagenan yaitu *Adverse Selection* dan *Moral Hazard*.

Lebih lanjut lagi Jensen and Mecklin (1976) mengulas mengenai aspek teori dan empiris dari teori keuangan perusahaan yang modern serta memformulasikan agency cost sebagai konflik kepentingan antara *Manajer* dan *Stockholder*. Aktivitas pengawasan atau memonitoring perusahaan oleh owners tersebut akan menimbulkan *monitoring cost*, yang tidak dapat dihindari sebagai upaya *owner* untuk melakukan fungsi kontrol terhadap agen. Namun tidak hanya itu juga dari upaya tersebut akan timbul yang namanya *Bonding Cost* dimana sebagai akibat adanya upaya pihak manajemen perusahaan untuk membuat kesan yang atraktif kepada pemegang saham atau publik di luar perusahaan. Mekanisme yang ada dalam praktik *Bonding* adalah menggunakan KAP dengan reputasi yang baik, memiliki komisaris Independen dari luar perusahaan serta di verifikasi kepemilikan dan terdapat listing pada Bursa Efek. Menurut Watts dan Zimmerman (1978) *Political Cost* adalah *Cost* yang harus dikeluarkan berkaitan dengan regulasi yang dimiliki pemerintah seperti pajak, tarif dan retribusi lainnya.

### **2.2.2 Signaling Theory**

Keberadaan asimetri Informasi tidak dapat dipisahkan dengan yang namanya *Signaling Theory*. Dalam rangka asimetri informasi yang terjadi antara principal dan agen mengungkapkan bahwa signal dari perusahaan merupakan hal krusial yang harus diperhatikan agar perusahaan berhasil memperoleh atau mempertahankan sumber daya ekonomi (Ross 1973). Secara politis, perusahaan berupaya memberikan informasi sebaik mungkin untuk memperoleh tanggapan positif dari pemegang otoritas pemerintahan, bahwa perusahaan telah memindahkan asset mereka melalui mekanisme pajak, retribusi dan *social responsibility* lainnya. Bahkan Wild *et al* (2003) menyatakan lebih jauh mengemukakan kecenderungan terkini atas motivasi manajer dalam melakukan *voluntary disclosure* yaitu dalam rangka mengatur berbagai harapan baik dari investor sekalipun pemerintah

### **2.2.3 Capital Intensity Ratio**

Kim *et al.* (2003) menyatakan bahwa perusahaan dengan rasio *capital intensity ratio* (CIR) yang lebih tinggi akan memiliki kecenderungan untuk melakukan manipulasi dengan tujuan memperoleh laba. Beberapa perusahaan tertentu memiliki kebijakan akrual masing-masing dan dapat berpengaruh pada besar kecilnya laba yang nantinya akan di laporkan.

### **2.2.4 Manajemen Laba**

Konsep dalam manajemen laba menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*) yang menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi oleh konflik kepentingan antara manajemen sebagai agen dengan pemilik sebagai *principal*

yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang akan dikehendakinya (Salno dan Baridwan 2000). Manajemen laba merupakan perilaku yang rasional di dasarkan pada asumsi dalam *positive accounting theory* yang dimana individual rasional yang memperhatikan kepentingan dirinya ini merupakan pernyataan dari Assih dan Gudono (2000). Yang dimana kecenderungan manajer dalam memperhatikan kepentingannya sendiri mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba.

Bentuk-bentuk manajemen laba yang dikemukakan oleh Scott (2003: 383) yaitu :

1. *Taking a bath* disebut juga big baths, bisa terjadi selama periode dimana terjadi tekanan dalam organisasi atau terjadi reorganisasi, misalnya pergantian direksi. Jika teknik ini digunakan maka biaya-biaya yang ada pada periode yang akan datang diakui pada periode berjalan. Ini dilakukan jika kondisi yang tidak menguntungkan tidak bisa dihindari. Akibatnya, laba pada periode yang akan datang menjadi tinggi meskipun kondisi tidak menguntungkan.
2. *Income minimization* merupakan pola meminimumkan laba karena motif politik atau motif meminimumkan pajak. Cara ini dilakukan pada saat perusahaan memperoleh profitabilitas yang tinggi dengan tujuan agar tidak mendapat perhatian secara politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan (write off) atas barang-barang modal dan aktiva tak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, riset, dan pengembangan yang cepat.
3. *Income maximization* merupakan memaksimalkan laba bertujuan untuk memperoleh bonus yang lebih besar, selain itu tindakan ini juga dilakukan

untuk menghindari pelanggaran atas kontrak hutang jangka panjang (debt covenant).

4. *Income smoothing* merupakan pelaporan trend pertumbuhan laba yang stabil daripada menumbuhkan perubahan laba yang meningkat atau menurun secara drastis.
5. *Timing Revenue dan Expenses Recognition* merupakan teknik yang dilakukan dengan membuat kebijakan tertentu yang berkaitan dengan timing suatu transaksi, misalnya pengakuan premature atas pendapatan.

Menurut Scott (1997: 352-364), ada beberapa faktor yang mendorong manajer melakukan praktik manajemen laba, yaitu:

1. Perencanaan Bonus

Faktor ini diungkapkan oleh Healy (1985), bahwa manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara oportunistik untuk melakukan *earning management* dengan memaksimalkan laba saat ini.

2. Motivasi Lain

Faktor lain yang dapat mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba adalah politik, pajak, pergantian CEO, IPO, dan pentingnya informasi kepada investor.

- a. Motif Politik

*Earning management* digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi

laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

b. Motif Pajak

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi *earning management* yang paling nyata. Berbagai metode akuntansi digunakan dengan tujuan penghematan pajak pendapatan.

c. Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka dan jika kinerja perusahaan buruk akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

d. IPO (*Initial Public Offering*)

Informasi mengenai laba menjadi sinyal atas nilai perusahaan pada perusahaan yang akan melakukan IPO. Hal ini berakibat bahwa manajer perusahaan yang akan *go public* melakukan *earnings management* menaikkan harga saham perusahaan.

e. Pentingnya Informasi Kepada Investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik.

Teknik dan pola manajemen laba menurut setiawati dan Na'im (2000) dalam Rahmawati et.al (2006) dapat dilakukan dengan tiga teknik, yaitu:

1. Memanfaatkan Peluang untuk Membuat Estimasi Akuntansi

Cara manajemen mempengaruhi laba melalui *judgement* (perkiraan) terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi, dan lain-lain.

## 2. Mengubah Metode Akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh: merubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

## 3. Menggeser Periode Biaya atau Pendapatan

Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain: mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat atau menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tak dipakai.

Menurut Watts dan Zimmerman (dalam Sulistyanto, 2008:44) merumuskan tiga hipotesis teori akuntansi positif (*Positive Accounting Theory*) yang dapat dijadikan dasar pemahaman dalam tindakan manajemen laba adalah :

### 1. *Bonus Plan Hypothesis*

*Bonus Plan Hypothesis* menyatakan bahwa “*managers of firms with bonus plan are more likely to use accounting methods that increase current period reported income*”. Pada perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, mengakibatkan manajer perusahaan akan lebih memilih metode

akuntansi yang dapat menggeser laba dari periode mendatang ke periode saat ini sehingga dapat menaikkan laba saat ini. Dalam bonus atau kompensasi manajerial, pemilik perusahaan berjanji bahwa manajer akan menerima sejumlah bonus jika kinerja perusahaan mencapai jumlah tertentu. Janji bonus inilah yang merupakan alasan bagi manajer untuk mengelola dan mengatur labanya pada tingkat tertentu sesuai dengan yang diisyaratkan agar dapat menerima bonus.

## 2. *Debt Covenant Hypothesis*

*Debt Covenant Hypothesis* menyatakan bahwa “*the larger the firms debt to equity ratio, the more likely managers use accounting methods that increase income*”. Dalam konteks perjanjian hutang, manajer akan mengelola dan mengatur labanya agar kewajiban hutangnya yang seharusnya diselesaikan pada tahun tertentu dapat ditunda pada tahun berikutnya. Hal ini merupakan upaya manajer untuk mengatur dan mengelola jumlah laba yang merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban hutangnya. Manajer akan melakukan pengelolaan dan pengaturan jumlah laba untuk menunda bebannya pada periode bersangkutan dan akan diselesaikannya pada periode-periode mendatang.

## 3. *Political Cost Hypothesis*

*Political Cost Hypothesis* menyatakan bahwa “*larger firms rather than small firms are more likely to use accounting choices that reduce reported profits*”. Alasan terakhir adalah masalah pelanggaran regulasi pemerintah. Sejauh ini ada regulasi yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan dunia

usaha, misal undang-undang perpajakan, *anti-trust* dan monopoli, dan sebagainya. Perusahaan yang memperoleh laba lebih besar akan ditarik pajak yang lebih besar pula dan perusahaan yang memperoleh laba lebih kecil akan ditarik pajak yang kecil pula. Kondisi inilah yang merangsang manajer untuk mengelola dan mengatur labanya dalam jumlah tertentu agar pajak yang harus dibayarkan menjadi tidak terlalu tinggi, karena manajer sebagai pengelola tentu tidak ingin kewajiban yang harus diselesaikannya telalu membebani.

### **2.2.5 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecilnya berdasarkan total aktiva, *log size*, nilai saham, dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Jika semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasarnya maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ketiga variabel tersebut dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar ukuran perusahaan tersebut, misal semakin besar aktiva maka akan semakin banyak modal yang ditanam, semakin besar kapitalisasi pasar maka akan semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat.

Ukuran perusahaan di gunakan sebagian besar peneliti untuk sebagai proksi sensitifitas politis dan perilaku manajer dalam melaporkan kinerja keuangannya (Pacecca 1995). Namun, Zimmerman ( 1983) memberikan saran untuk menggunakan proksi ukuran perusahaan dalam kerangka *Political Cost*. Karena Menurut Watt dan Zimmerman (1986) berasumsi bahwa perusahaan besar

secara politis, lebih besar melakukan *transfer political cost* dalam kerangka *political process*. Namun beberapa penelitian membuktikan bahwa *political cost process* memiliki dampak pada pemilihan prosedur akuntansi oleh perusahaan yang berukuran besar. Karena itu, diduga bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi manajemen laba perusahaan, dimana jika manajemen laba tersebut oportunistik maka semakin besar perusahaan semakin kecil manajemen laba (berhubungan negatif). Akan tetapi jika manajemen laba efisien maka semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi manajemen labanya (berhubungan positif).

Ukuran perusahaan sangat berpengaruh kepada struktur pendanaan dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan ada kecenderungan untuk menggunakan jumlah pinjaman yang lebih besar pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar memiliki kebutuhan dana yang besar. Dan salah satu pemenuhan dana yang tersedia adalah dengan pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal ini dapat diperoleh dari penerbitan saham, penerbitan obligasi dan hutang, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan pendanaan tersebut perusahaan akan meningkatkan kualitas dalam menjalankan perusahaannya.

### **2.2.6 Likuiditas**

Likuiditas adalah untuk mengevaluasi kemampuan memenuhi kewajiban jangka pendek (Wild, 2005:38) dalam buku berjudul "*Analisis Laporan Keuangan*". Suatu bank dapat dikatakan likuid, apabila bank yang bersangkutan dapat membayar semua hutang-hutangnya terutama simpanan tabungan, giro dan deposito pada saat ditagih dan dapat pula memenuhi semua permohonan kredit

yang memang layak untuk dibiayai (Kasmir, 2002:48) dalam buku berjudul “*Manajemen Perbankan*”.

Likuiditas menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka pendek menggunakan dana lancar yang tersedia. Namun apabila likuiditas perusahaan terlalu besar maka perusahaan tersebut berarti tidak mampu mengelola aktiva lancarnya semaksimal mungkin sehingga kinerja keuangan menjadi kurang baik dan kemungkinan ada manipulasi laba untuk mempercantik informasi laba tersebut. Likuiditas meningkat karena adanya asimetri informasi (Amihud, 2008), Gharezi and Zadeh (2013) dalam Dira dan Atika (2014) menyatakan bahwa likuiditas memiliki hubungan yang lemah dan negatif pada kualitas laba.

### **2.2.7 Leverage**

*Leverage* adalah salah satu rasio keuangan yang menggambarkan hubungan antara hutang perusahaan terhadap modal maupun asset perusahaan terhadap modal. Rasio ini dapat melihat sejauh mana perusahaan dibiayai oleh hutang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Perusahaan yang baik semestinya mempunyai modal lebih besar daripada hutang. Tingkat rasio *leverage* yang tinggi berarti perusahaan menggunakan hutang yang tinggi pula dan ini berarti profitabilitas perusahaan akan meningkat, namun disisi lain hutang yang tinggi akan meningkatkan risiko kebangkrutan.

*Leverage* merupakan pedang bermata dua menurut Van Horne (2012:169) dalam buku yang berjudul “*Fundamentals of Financial Management*” yang mana jika laba perusahaan dapat diperbesar, maka begitu pula dengan

kerugiannya. Dengan kata lain, penggunaan *leverage* dalam perusahaan bisa saja meningkatkan laba perusahaan, tetapi bila terjadi sesuatu yang tidak sesuai harapan, maka perusahaan dapat mengalami kerugian yang sama dengan persentase laba yang diharapkan, bahkan mungkin saja lebih besar. Rasio *leverage* menunjukkan besarnya modal yang berasal dari pinjaman (hutang) yang digunakan untuk membiayai investasi dan operasional perusahaan. Menurut Ma'ruf dalam Guna dan Herawati (2010), sumber yang berasal dari hutang akan meningkatkan risiko perusahaan. Oleh karena itu, semakin banyak menggunakan hutang maka *leverage* perusahaan akan besar dan semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan.

Kreditur lebih menyukai rasio ini bernilai rendah karena semakin rendah rasio ini maka akan semakin besar perlindungan terhadap kerugian peristiwa likuidasi, sedangkan bagi para pemegang saham mengharapkan tingkat *leverage* yang besar dengan tujuan laba akan ditingkatkan.

Terdapat dua tipe *leverage* yaitu :

1. *Operating leverage*

Hal ini terjadi pada saat perusahaan menggunakan aktiva yang menimbulkan beban tetap yang harus ditutup dengan hasil operasinya. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui seberapa peka laba operasi terhadap perubahan hasil penjualan dan berapa penjualan minimal yang harus diperoleh agar perusahaan tidak rugi. Meningkatkan jumlah penjualan yang melampaui titik impas, laba akan meningkat karena biaya tetap penjualan

per unit yang ditanggung oleh perusahaan akan lebih kecil. Jadi operating leverage dapat meningkatkan *profitability* yang tidak pasti.

## 2. *Financial leverage*

Pembiayaan dengan hutang mempunyai tiga implementasi penting, yang pertama adalah memperoleh dana melalui hutang membuat pemegang saham dapat mempertahankan pengendalian terhadap perusahaan dengan implementasi terbatas. Yang kedua adalah kreditur melihat ekuitas atau dana yang disetor pemilik untuk memberikan *safety margin*. Sehingga pemegang saham hanya memberikan sebagian kecil dari total pembiayaan, maka resiko perusahaan sebagian besar ada pada kreditur. Dan yang terakhir adalah jika perusahaan memperoleh pengembalian yang lebih besar atas investasi yang dibayarkan dengan dana pinjaman dibanding pembayaran bunga, maka pengembalian atas modal pemilik akan lebih besar.

### 2.2.7 *Earning Power*

Setiap calon investor (pembeli saham) berkepentingan dengan profitabilitas perusahaan dimasa yang akan datang (*earning power*). Dengan melakukan analisis terhadap profitabilitas suatu perusahaan maka investor dapat menilai kemampuan yang di miliki perusahaan tersebut dalam menghasilkan laba (*earning power*) dan sejauh mana efektifitas pengolahan perusahaan pada masa-masa yang sebelumnya.

Sebelum manajer keuangan mengambil keputusan keuangan terlebih dahulu harus memahami kondisi keuangan perusahaan. Kondisi keuangan ini disajikan dalam laporan keuangan perusahaan. Disamping 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 Bambang Riyanto (2008;37) dalam buku “*Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*” *earnings power* adalah 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.

## **2.3 Hipotesis**

### **2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba**

Ukuran perusahaan di gunakan sebagian besar peneliti untuk sebagai proksi sensitifitas politis dan perilaku manajer dalam melaporkan kinerja keuangannya (Pacecca, 1995). Namun, Zimmerman (1983) memberikan saran untuk menggunakan proksi ukuran perusahaan dalam kerangka *Political Cost*. Karena

Menurut Watt dan Zimmerman (1986) berasumsi bahwa perusahaan besar secara politis, lebih besar melakukan *transfer political cost* dalam kerangka *political process*. Namun beberapa penelitian membuktikan bahwa political cost process memiliki dampak pada pemilihan prosedur akuntansi oleh perusahaan yang berukuran besar (Watt dan Zimmerman, 1986). Karena itu, diduga bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi manajemen laba perusahaan, dimana jika manajemen laba tersebut oportunistik maka semakin besar perusahaan semakin kecil manajemen laba (berhubungan negatif). Akan tetapi jika manajemen laba efisien maka semakin besar ukuran perusahaan maka semakin tinggi manajemen labanya (berhubungan positif).

Variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, yang berarti bahwa perusahaan-perusahaan sedang dan besar tidak terbukti agresif dalam melakukan manajemen laba melalui mekanisme pelaporan laba positif baik untuk menghindari *earning losses* maupun *earning decreases* namun perusahaan kecil cenderung melakukan manajemen laba (Handayani dan Rachadi, 2009). Dira dan Astika (2014), variabel ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas laba, yang berarti perusahaan besar memiliki tingkat pengembalian dan informasi yang lebih besar. Oleh sebab itu investor lebih percaya kepada perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil dengan harapan memperoleh keuntungan yang besar pula. Semakin tinggi kepercayaan investor, maka semakin tinggi pula kualitas laba yang diukur dengan ERC. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap kualitas

laba. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Mulyani dkk. (2007), Jang dkk. (2007), Susilawati (2008), serta Naimah dan Utama (2006) yakni adanya pengaruh positif antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Berdasarkan argumentasi teoritis dan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan sebagai berikut :

H<sub>1</sub>: Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

### **2.3.2 Pengaruh Likuiditas terhadap Manajemen Laba**

Likuiditas menunjukkan bahwa perusahaan mampu untuk memenuhi kewajiban finansialnya dalam jangka pendek menggunakan dana lancar yang tersedia. Namun apabila likuiditas perusahaan terlalu besar maka perusahaan tersebut berarti tidak mampu mengelola aktiva lancarnya semaksimal mungkin sehingga kinerja keuangan menjadi kurang baik dan kemungkinan ada manipulasi laba untuk mempercantik informasi laba tersebut. Likuiditas meningkat karena adanya asimetri informasi (Amihud, 2008). Gharezi and Zadeh (2013) menyatakan bahwa likuiditas memiliki hubungan yang lemah dan negatif pada kualitas laba. Dira dan Astika (2014), variabel likuiditas tidak berpengaruh terhadap kualitas laba, hal ini dikarenakan apabila likuiditas perusahaan terlalu besar maka perusahaan tersebut tidak mampu mengelola aktiva lancarnya semaksimal mungkin sehingga kinerja keuangan menjadi kurang baik dan kemungkinan ada manipulasi laba untuk mempercantik informasi laba tersebut. Oleh karena itu, investor merespon negatif terhadap tingginya tingkat likuiditas suatu perusahaan. Hasil penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan Yuli (2010),

variabel likuiditas berpengaruh positif terhadap kualitas laba. Yushita dan Triatmoko (2013), variabel likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap kualitas laba. Hasil penelitian ini tidak mendukung penelitian yang pernah dilakukan oleh Jang, Sugiarto, & Siagian (2007) dan Purwanti (2010). Jang, Sugiarto, dan Siagian membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas laba perusahaan, kemudian Purwanti membuktikan bahwa likuiditas berpengaruh negatif terhadap kualitas laba. Berdasarkan argumentasi teoritis dan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan sebagai berikut :

H<sub>2</sub>: Likuiditas tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kualitas laba.

### **2.3.3 Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba**

*Leverage* merupakan pedang bermata dua menurut Van Horne (2012;169) dalam buku yang berjudul "*Fundamentals of Financial Management*" yang mana jika laba perusahaan dapat diperbesar, maka begitu pula dengan kerugiannya. Dengan kata lain, penggunaan *leverage* dalam perusahaan bisa saja meningkatkan laba perusahaan, tetapi bila terjadi sesuatu yang tidak sesuai harapan, maka perusahaan dapat mengalami kerugian yang sama dengan persentase laba yang diharapkan, bahkan mungkin saja lebih besar. Rasio *leverage* menunjukkan besarnya modal yang berasal dari pinjaman (hutang) yang digunakan untuk membiayai investasi dan operasional perusahaan. Menurut Ma'ruf dalam Guna dan Herawati (2010), sumber yang berasal dari hutang akan meningkatkan risiko perusahaan. Oleh karena itu, semakin banyak menggunakan hutang maka *leverage* perusahaan akan besar dan semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan. Widyaningdyah

(2001), variabel *leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba yang berarti semakin banyak menggunakan hutang maka *leverage* perusahaan akan besar dan semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan. Tarjo (2008), variabel *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Widyastuti (2009), variabel *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Berdasarkan argumentasi teoritis dan hasil-hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan sebagai berikut :

H<sub>3</sub>: *Leverage* mempunyai pengaruh terhadap Manajemen Laba.

#### **2.3.4 Pengaruh *Earning Power* terhadap Manajemen Laba**

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 Bambang Riyanto (2008;37) dalam buku “*Dasar-dasar Pembelanjaan Perusahaan*” *earnings power* adalah 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. Purnomo dan Pratiwi (2009), variabel *earning power* mempunyai pengaruh terhadap tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan, yang berarti *earning power* perusahaan dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba baik dengan cara menerapkan kebijakan *income increasing*

*accrual* ataupun *income decreasing accrual*. Berdasarkan argumentasi teoritis dan hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan sebagai berikut :

H<sub>4</sub>: *Earning power* mempunyai pengaruh terhadap Manajemen Laba.

### **2.3.5 Pengaruh Ukuran Perusahaan, Likuiditas, *Leverage* dan *Earning Power* berpengaruh Terhadap Manajemen Laba**

Ukuran perusahaan, likuiditas, leverage dan earning power diduga berpengaruh secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi manajemen laba. Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis alternatif dapat dinyatakan sebagai berikut:

H<sub>5</sub>: Ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan *earning power* mempunyai pengaruh secara simultan terhadap manajemen laba.

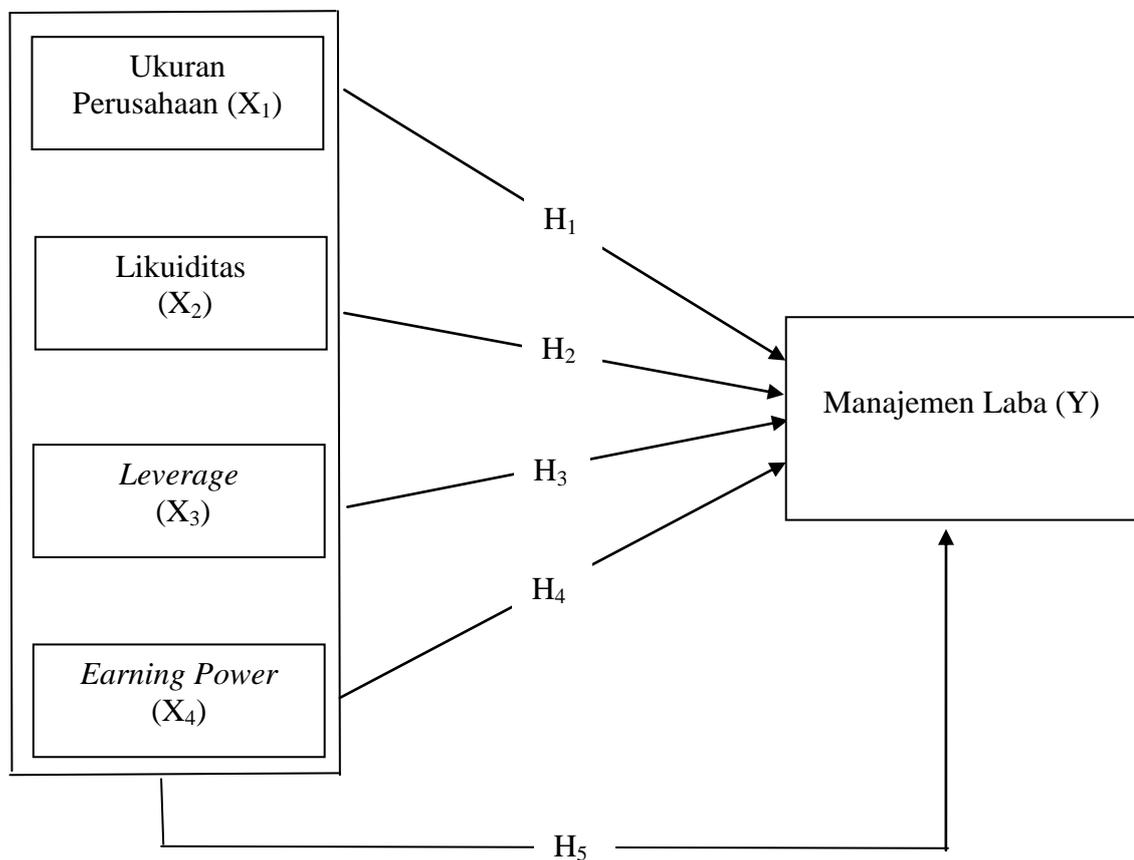
## **2.4 Rerangka Konseptual**

Manajemen laba merupakan intervensi manajemen dengan sengaja dalam proses penurunan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba bermacam-macam. Dalam penelitian ini, faktor yang digunakan adalah ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan *earning power* yang akan berpengaruh terhadap manajemen laba. Penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisa ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan *earning power* terhadap manajemen laba.

Berdasarkan landasan teori, tujuan penelitian dan hasil penelitian sebelumnya serta permasalahan yang telah dikemukakan maka sebagai dasar

untuk merumuskan hipotesis berikut disajikan rerangka konseptual yang dituangkan dalam model penelitian pada gambar 2.1.

Untuk menggambarkan dan menunjukkan pengaruh variabel ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan *earning power* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia, maka dibuat suatu rerangka konseptual sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Rerangka Konseptual**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tinjauan teoritis dan rerangka konseptual maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut :

H<sub>1</sub> : Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

H<sub>2</sub> : Likuiditas mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

H<sub>3</sub> : *Leverage* mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

H<sub>4</sub> : *Earning power* mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

H<sub>5</sub> : Ukuran perusahaan, likuiditas, *leverage* dan *earning power* mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.