

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai bahan acuan penelitian, diantaranya :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Variabel Independen	Persistensi Laba	
	Berpengaruh	Tidak Berpengaruh
Kepemilikan Manajerial	(Jumiati & Ratnadi, 2014)	(Nuraeni et al., 2019)
	(Dewata et al., 2016)	(Arisandi & Astika, 2019)
	(Hastutiningtyas & Wuryani, 2019)	
	(Agustian, 2020)	
<i>Financial Leverage</i>	(Nuraeni et al., 2019)	(Arisandi & Astika, 2019)
	(Gunarto, 2019)	(Saptiani, 2020)
	(Gusnita & Taqwa, 2019)	
	(Khasanah & Jasman, 2019)	
Volatilitas Penjualan	(Kasiono & Fachrurrozie, 2016)	(Saptiani, 2020)
	(Rahmadhani et al., 2016)	(Andi & Setiawan, 2019)
	(Nadya & Zutilisna, 2018)	
	(Khasanah & Jasman, 2019)	
Ukuran Perusahaan	(Gusnita & Taqwa, 2019)	(Awaliyah & Suwarti, 2017)
	(Arisandi & Astika, 2019)	(Nadya & Zutilisna, 2018)
	(Khasanah & Jasman, 2019)	
	(Nuraeni et al., 2019)	

Sumber: Data diolah, 2021

Berdasarkan tabel 2.1 di atas, maka dapat dijelaskan ada tidaknya keterkaitan pengaruh dari variabel independen yang pertama yaitu kepemilikan manajerial terhadap variabel dependen yakni persistensi laba, dapat dilihat dalam penelitian yang dilakukan oleh Jumiati & Ratnadi (2014); Dewata et al., (2016); Hastutiningtyas & Wuryani (2019) dan Agustian, (2020). Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari kepemilikan manajerial terhadap persistensi laba. Besarnya saham yang dimiliki oleh pihak manajer mengindikasikan bahwa bertambah besar pula tanggung jawab manajer dalam menjaga persistensi labanya. Sementara itu, berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni et al., (2019) dan Arisandi & Astika, (2019) dimana penelitian tersebut memperoleh hasil yang menyatakan bahwa tidak adanya pengaruh dari kepemilikan manajerial terhadap persistensi laba.

Penelitian mengenai ada atau tidaknya keterkaitan variabel independen kedua yaitu *financial leverage* terhadap persistensi laba dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Nuraeni et al., (2019); Gunarto, (2019); Gusnita & Taqwa, (2019); dan Khasanah & Jasman (2019). Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari *financial leverage* terhadap persistensi laba. Artinya, dengan adanya *financial leverage* yang besar, maka perusahaan akan berusaha meningkatkan persistensi laba dengan tujuan untuk mempertahankan kinerja perusahaan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan. Hasil penelitian diatas memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian yang diperoleh Dita Arisandi & Putra Astika (2019) dan Aprilia Dwi Saptiani (2020) yang menunjukkan tidak ada pengaruh *financial leverage* terhadap persistensi laba.

Penelitian terkait berpengaruh atau tidaknya variabel independen ketiga yaitu volatilitas penjualan terhadap persistensi laba dapat dilihat dari penelitian yang dilakukan oleh Kasiono & Fachrurrozie, (2016); Rahmadhani et al., (2016) Nadya & Zultilisna (2018); dan Khasanah & Jasman (2019). Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari volatilitas penjualan terhadap persistensi laba. Hasil ini menunjukkan bahwa besar kecilnya penjualan yang diperoleh perusahaan menentukan tingkat perolehan laba perusahaan. Jika penjualan mempengaruhi laba, maka secara tidak langsung volatilitas juga berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan persistensi labanya. Sementara itu, berbeda hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aprilia Dwi Saptiani, 2020) yang menyatakan bahwa variabel volatilitas Andi & Setiawan, (2019) penjualan tidak memiliki pengaruh terhadap persistensi laba.

Penelitian mengenai ada atau tidaknya keterkaitan variabel independen keempat yaitu ukuran perusahaan terhadap persistensi laba dapat dilihat dari penelitian dari Gusnita & Taqwa, (2019); Arisandi & Astika (2019); Khasanah & Jasman (2019) dan Nuraeni et al., (2019). Hasil dari penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari ukuran perusahaan terhadap persistensi laba. Artinya, perusahaan yang besar diharapkan oleh para pemakai laporan keuangan memiliki pertumbuhan laba yang tinggi. Pertumbuhan laba yang tinggi tentunya dapat mempengaruhi persistensi laba serta keberlanjutan perusahaan dalam menarik investor. Hasil penelitian diatas memberikan hasil yang berbeda dengan penelitian yang diperoleh dari Awaliyah & Suwarti (2017) dan Nadya & Zultilisna (2018) menunjukkan bahwa tidak adanya pengaruh dari variabel ukuran perusahaan terhadap persistensi laba.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori keagenan menjelaskan tentang adanya hubungan kontrak antara pihak *agent* (manajer) dan pihak *principal* (pemegang saham), dimana kedua pihak tersebut memiliki berbagai kepentingan untuk mencapai tujuan yang berbeda dalam kegiatan perusahaan. Perbedaan kepentingan oleh *principal* dengan pengendalian oleh *agent* dalam sebuah perusahaan cenderung menimbulkan masalah keagenan diantara keduanya (Jensen & Meckling, 1976).

Konflik atau masalah antara *principal* dengan *agent* biasa dikenal dengan *agency problem*. *Agency problem* merupakan permasalahan yang dapat terjadi dimana manajer biasanya cenderung untuk mengutamakan pemenuhan kepentingan dan tujuan pribadinya jika dibandingkan dengan tujuan yang ingin dicapai pemegang saham. *Agency problem* bersumber dari masalah dengan insentif dan keleluasaan dalam penyelesaian tugas (Zaimah, 2018)

Dalam penelitian dengan topik persistensi laba ini, konflik tersebut terjadi terhadap kepentingan laba perusahaan antara pemegang saham (*principal*) dengan manajer (*agent*). Pihak agen tidak peduli pada persistensi laba karena agen hanya akan memaksimalkan kompensasi yang diharapkan dengan memaksimalkan laba. Di sisi lain pihak *principal* menginginkan imbal balik mengenai laba yang konsisten di setiap tahunnya, maka dari itu prinsipal menginginkan laba yang persisten.

Teori keagenan dibangun dengan upaya untuk memahami dan mengatasi masalah yang terjadi karena pihak-pihak yang sama bekerja sama mempunyai tujuan yang berbeda. *Agency Theory* ditekankan untuk memecahkan permasalahan yang dapat terjadi dalam hubungan keagenan (Eisenhardt, 1989). Ada dua

permasalahan dalam hubungan keagenan, yang pertama adalah konflik keagenan yang muncul pada saat kepentingan dan tujuan *principal* dan *agent* saling berlawanan. Permasalahan kedua adalah mengenai pembagian dalam menanggung risiko. Umumnya, risiko yang timbul terjadi karena *principal* dan *agent* memiliki sikap yang berbeda terhadap penanganan risiko. Pada dasar konsepnya, keagenan adalah terdapat adanya pemisahan kepemilikan antara pihak *principal* yaitu pemegang saham dengan pihak *agent* yaitu manajer yang mengelola perusahaan.

Namun pemisahan ini mempunyai sisi negatif, dimana kemungkinan manajer akan memaksimalkan laba perusahaan yang digunakan untuk kepentingannya sendiri dengan biaya yang harus ditanggung pemilik perusahaan. Kondisi ini dapat terjadi karena adanya asimetri informasi (*information asymmetry*) antara manajer dan pihak pemegang saham yang tidak mempunyai sumber dan akses yang memadai untuk memperoleh informasi. Pihak *agent* (manajer) biasanya cenderung mempunyai informasi yang jauh lebih lengkap dan rinci jika dibandingkan dengan informasi yang didapat *principal* (pemegang saham). Hal ini dikarenakan agen berhubungan langsung dengan operasional perusahaan.

Ketika pihak agen mengelola dana perusahaan hanya untuk kepentingannya sendiri, maka hal tersebut akan berdampak pada imbal balik mengenai laba yang tidak persisten. Tentunya hal tersebut akan dihindari oleh pemegang saham. Kegiatan manajer yang hanya menguntungkan dirinya sendiri ini dapat diminimalisir dengan melakukan pengawasan dan meningkatkan kepemilikan saham. Pemegang saham yang menginginkan kegiatan manajer sesuai dengan kepentingannya, maka ia harus mau untuk mengeluarkan sejumlah biaya tambahan yang biasa disebut *agency cost* (Gitman & Zutter, 2015)

Agency Cost adalah biaya-biaya yang berhubungan dengan pengawasan manajemen untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak konsisten dan tidak merugikan pemegang saham. Menurut (Jensen & Meckling, 1976), biaya keagenan (*agency cost*) terdiri dari sebagai berikut:

1. *Monitoring Cost*

Monitoring Cost merupakan biaya yang dikeluarkan oleh pihak prinsipal untuk memonitor dan mengawasi perilaku agen.

2. *Bonding Cost*

Bonding Cost merupakan biaya yang dikeluarkan pihak agen untuk menjamin bahwa agen telah bertindak sesuai dengan kepentingan prinsipal.

3. *Residual Loss*

Residual Loss merupakan penurunan tingkat kesejahteraan prinsipal maupun agen sebagai akibat dari adanya perbedaan keputusan agen dan keputusan prinsipal.

Oleh karena itu, untuk meminimalisir biaya keagenan dapat dilakukan dengan mempertimbangkan dan menggambarkan laba dimasa depan. Berdasarkan teori keagenan, manajemen memperoleh kepentingannya sekaligus memenuhi kepentingan pemegang saham dilakukan dengan cara meningkatkan laba perusahaan (laba persisten). Maka dari itu, persistensi laba menjadi pusat perhatian bagi para pemakai laporan keuangan, khususnya bagi pengguna yang mengharap persistensi laba tinggi.

2.2.2 Teori Sinyal (*Signaling Theory*)

Teori sinyal (*signaling theory*) merupakan salah satu teori dalam memahami manajemen keuangan. Secara umum, sinyal dapat diartikan sebagai isyarat yang dilakukan oleh perusahaan (manajer) kepada pihak luar (investor). Teori sinyal menekankan pada pentingnya informasi yang dikeluarkan oleh perusahaan terhadap keputusan investasi pihak luar. Informasi tersebut penting bagi investor karena pada hakikatnya informasi tersebut menggambarkan kondisi suatu perusahaan (Ross, 1977).

Teori sinyal menjelaskan bagaimana seharusnya suatu perusahaan memberikan sinyal kepada para pengguna laporan keuangan. Sinyal dalam hal ini dapat berupa informasi mengenai apa yang sudah dilakukan manajemen dalam merealisasikan keinginan pemilik atau informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lain. Informasi persistensi laba memberikan sinyal mengenai keberlanjutan laba perusahaan dimasa yang akan datang kepada investor dan kreditor, sehingga hal ini dapat menjadi pertimbangan investasi bagi investor.

Para pemakai laporan keuangan, selanjutnya, memanfaatkan sebanyak - banyaknya informasi yang diperoleh dari laporan keuangan yang dipublikasikan. Informasi tersebut digunakan sebagai salah satu tolak ukur untuk menilai kinerja perusahaan dan berspekulasi terhadap keuangan perusahaan di masa yang akan datang. Hal pertama yang dilihat dari laporan keuangan adalah laba yang dihasilkan selama periode bersangkutan. Karena keberhasilan perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar perolehan laba yang dimiliki untuk menjalankan kegiatan operasionalnya.

2.2.3 Persistensi Laba

Labanya akuntansi menjadi sumber informasi dalam pengambilan keputusan bagi para pengguna laporan keuangan. Sehingga laba akuntansi yang diharapkan tidak hanya tinggi, tetapi juga harus persisten. Labanya juga merupakan satu elemen penting yang menjadi pusat perhatian bagi pemegang saham dan calon investor. Hal ini dikarenakan labanya dapat digunakan dasar evaluasi profitabilitas masa depan (Arisandi & Astika, 2019).

Persistensi labanya didefinisikan sebagai informasi akuntansi mengenai perkiraan pendapatan pada periode mendatang dengan mengasumsikan bahwa labanya yang diperoleh secara berulang (Kolozsvari & Macedo, 2016). Persistensi labanya dapat dikatakan sebagai salah satu ciri labanya yang persisten apabila informasi yang dihasilkan dapat membantu investor dalam memprediksi labanya masa depan dan aliran kasnya (Kordestani et al., 2016).

Pernyataan tersebut sama halnya dengan penelitian terkait persistensi labanya yang dilakukan oleh Khasanah & Jasman (2019) yang menjelaskan bahwa labanya akan dikatakan persisten apabila labanya akrual dan aliran kasnya dapat berpengaruh terhadap labanya tahun depan. Dimana, labanya tersebut memiliki kemampuan untuk mempertahankan kestabilan labanya yang diperoleh pada saat ini sampai dengan labanya yang diperoleh di masa yang akan datang.

Persistensi labanya dapat dijadikan sebagai indikator labanya pada periode selanjutnya (*future earnings*) yang dicapai oleh perusahaan secara berulang dan berkesinambungan (Penman 2001; Nuraeni et al., 2019). Persistensi labanya ini menjadi isu yang penting karena pihak investor mempunyai kepentingan pada kinerja manajemen. Hal tersebut dikarenakan besaran labanya merupakan salah satu

sumber informasi utama bagi investor dalam mengambil keputusan investasi, monitoring, penghargaan kinerja dan pembuatan kontrak (Rahmadhani, 2016).

Persistensi laba mempunyai peran penting dalam menghasilkan suatu informasi yang andal. Informasi dapat dikatakan memiliki keandalan apabila informasi tersebut dapat membantu pihak-pihak yang berkepentingan dalam menggunakan informasi tersebut untuk mengambil keputusan ekonomi. Jika laba perusahaan tidak persisten maka pihak investor akan mengalami kesulitan dalam pengambilan keputusan serta menimbulkan kecenderungan investor salah dalam mengambil keputusan investasi.

2.2.4 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manajerial merupakan persentase saham yang dimiliki oleh pihak manajer, dimana manajer juga berperan serta dalam pengambilan keputusan perusahaan (Nuraeni et al., 2019). Kepemilikan manajerial berperan penting terhadap perusahaan, sebab dalam hal ini manajer bertindak sebagai pengelola perusahaan sekaligus sebagai pemegang saham.

Kepemilikan saham manajerial dapat menjadi salah satu cara untuk meminimalkan *agency problem*, dimana dapat dilakukan dengan penyelarasan kepentingan antara pihak manajer dan pihak pemegang saham. Dengan adanya kepemilikan manajerial, pihak manajer akan termotivasi untuk bekerja lebih maksimal dalam meningkatkan kinerja perusahaan, karena manajer memiliki bagian atas laba yang dihasilkan oleh perusahaan (Tertius & Christiawan, 2015).

Upaya peningkatan proporsi saham yang dimiliki oleh manajer pada suatu perusahaan ini juga dapat meminimalisir kemungkinan terjadinya segala bentuk kecurangan dalam pengelolaan laporan keuangan, sehingga dapat dikatakan bahwa

besarnya proporsi saham yang dimiliki oleh pihak manajemen, maka tanggung jawab yang dimiliki oleh manajer akan semakin besar dalam mempertanggungjawabkan laporan keuangan suatu perusahaan (Putri & Supadmi, 2016).

Kepemilikan manajerial dapat digunakan untuk menentukan persistense laba suatu perusahaan, dimana dapat ditunjukkan pada kemampuan perusahaan dalam mempertahankan labanya di masa depan, karena kepemilikan manajerial dapat menciptakan keinginan bagi direktur untuk lebih dekat memonitor para manajer perusahaan. Hal ini akan memudahkan direktur dalam mengawasi kinerja dari manajer secara *intens* guna meningkatkan kinerja perusahaan menjaga persistense labanya (Khafid 2012; Dewata et al., 2016).

2.2.5 Financial Leverage

Financial leverage merupakan suatu skala yang digunakan untuk menentukan sampai sejauh mana perusahaan dapat berpenghasilan tetap (utang dan saham preferen) digunakan dalam struktur modal perusahaan (Brigham & Houston, 2011; Hayati 2014). *Financial leverage* adalah ukuran seberapa banyak perusahaan menggunakan hutang untuk membiayai asetnya. *Financial leverage* yang digunakan oleh perusahaan dimaksudkan untuk menghasilkan lebih banyak pada dana biaya tetap daripada biaya yang harus dikeluarkan. Ketika hutang meningkat, *financial leverage* meningkat (Enekwe et al., 2014).

FASB (*Financial Accounting Standard Board*) mendefinisikan hutang merupakan manfaat ekonomi yang dibebankan di masa depan sebagai akibat dari timbulnya kewajiban suatu entitas dalam melakukan kegiatan operasi di masa sekarang sehingga suatu entitas memberikan aktiva atau jasa kepada entitas lain di

masa yang akan datang sebagai konsekuensi transaksi yang terjadi di masa lampau. Semakin besar hutang yang dimiliki perusahaan maka laba dari perusahaan yang akan diserahkan ke kreditur juga lebih besar dibandingkan bagian laba yang diserahkan kepada pemegang saham.

Hutang terbagi menjadi dua jenis yaitu hutang jangka pendek dan hutang jangka panjang. Hutang jangka pendek merupakan sumber pendanaan yang jatuh temponya terjadi dalam kurun waktu satu tahun atau bahkan kurang dari satu tahun. Biasanya, hutang jangka pendek digunakan untuk penambahan modal kerja pada siklus operasi normal. Sedangkan hutang jangka panjang merupakan sumber pendanaan yang digunakan untuk perluasan usaha karena perusahaan memerlukan modal yang cukup besar dan memerlukan waktu yang lama untuk mengembalikan modal (Gunarto, 2019).

Motif utama perusahaan menggunakan *financial leverage* yaitu untuk meningkatkan pengembalian (*return*) dari pihak prinsipal, dimana hal ini didasari dengan asumsi bahwa utang dari kreditur dapat diperoleh dengan biaya yang lebih rendah dibandingkan tingkat pengembalian keuntungannya. Tentunya ini menyebabkan manajer berusaha meminimalkan fluktuasi laba sehingga risiko pengembalian utangnya menjadi rendah dan dapat meningkatkan kepercayaan kreditur untuk tetap meminjamkan dana (Enekwe et al., 2014).

Secara tidak langsung, *financial leverage* dapat meningkatkan skala bisnis perusahaan, karena dengan hutang perusahaan mendapat tambahan modal yang dapat digunakan untuk kegiatan operasional maupun perluasan usaha. Namun pihak manajer juga dituntut untuk bekerja keras untuk meningkatkan persistensi labanya serta bertanggung jawab untuk memaksimal agar modal tersebut dapat memberikan

keuntungan yang besar, sehingga perusahaan dapat berkembang dan mampu melunasi hutangnya kepada kreditor (Arisandi & Astika, 2019).

Financial leverage perusahaan yang besar, akan mendorong manajer untuk meningkatkan persistensi labanya demi menjaga kinerja perusahaannya. Sehingga, kinerja yang baik akan tetap dipercaya oleh investor dan kreditor dalam memberikan pendanaan terhadap perusahaan tersebut (Sulastrri, 2014). Pernyataan tersebut juga relevan dengan penelitian yang dilakukan oleh Putri & Supandi (2016) dimana perusahaan dengan *financial leverage* yang tinggi akan mendorong perusahaan mempertahankan kinerjanya agar dipandang baik oleh kreditor, sehingga kreditor tetap mudah dalam memberikan pembiayaan.

2.2.6 Volatilitas Penjualan

Penjualan merupakan penerimaan yang didapatkan sebagai hasil dari penjualan produk seperti pengiriman barang atau pelayanan jasa yang diberikan (Fahmi 2011; Rahmadhani et al., 2016). Penjualan merupakan aktivitas terpenting dalam kegiatan bisnis perusahaan untuk menghasilkan laba (Khasanah & Jasman, 2019). Perusahaan yang memiliki kinerja dengan baik dapat ditunjukkan melalui tingginya tingkat penjualan. Apabila penjualan mempengaruhi perolehan laba perusahaan, maka tingkat naik turunnya (volatilitas) penjualan secara tidak langsung berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam mempertahankan labanya.

Volatilitas penjualan adalah tingkat sampai sejauh mana penjualan dapat menyebar atau indikator penjualan distribusi penjualan yang dilakukan perusahaan (Dechow & Dichev 2002; Khasanah & Jasman, 2019). Volatilitas penjualan juga didefinisikan sebagai fluktuasi penjualan yang disebabkan oleh lingkungan operasi dan kecenderungan yang besar dalam penggunaan perkiraan dan estimasi (Sulastrri,

2014). Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa volatilitas penjualan adalah suatu ukuran yang dapat menunjukkan fluktuasi penjualan di dalam perusahaan dalam jangka waktu tertentu.

Volatilitas penjualan yang rendah dapat menunjukkan kemampuan laba dalam menggambarkan aliran kas di masa depan. Namun, apabila tingkat volatilitas penjualan tinggi selama beberapa periode, maka persistensi laba tersebut akan rendah, karena laba yang diperoleh akan mengandung banyak gangguan persepsian (Fanani 2010, Rahmadhani et al., 2016). Oleh karena itu, apabila volatilitas penjualan yang tinggi menunjukkan bahwa aktivitas penjualan perusahaan tersebut tidak konsisten, karena laba yang dihasilkan tidak menentu atau berfluktuasi. Sehingga, tingkat naik turunnya (volatilitas) penjualan sering menjadi pusat perhatian para pengguna laporan khususnya investor.

2.2.7 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang dapat menunjukkan pengklasifikasian besar atau kecilnya perusahaan. Klasifikasi besar kecilnya suatu perusahaan dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu diukur berdasarkan total aset, ukuran pendapatan, dan total ekuitas (Brigham & Houston, 2010; Nuraeni et al., 2019). Secara umum, ukuran perusahaan dinyatakan dalam total aset, oleh karena itu semakin besar total aset perusahaan, maka semakin besar pula ukuran perusahaan.

Penggolongan ukuran perusahaan dapat dikategorikan dalam perusahaan besar (*large firm*) dan perusahaan kecil (*small firm*). Ukuran perusahaan dapat dinilai berdasarkan total aset yang dimiliki perusahaan, jika perusahaan memiliki total aset yang tinggi, maka hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan

digolongkan sebagai perusahaan besar. Sebaliknya, jika perusahaan memiliki total aset yang kecil maka hal tersebut mengindikasikan bahwa perusahaan tersebut digolongkan sebagai perusahaan kecil (Rifai et al., 2015).

Perusahaan yang lebih besar mengakses lebih banyak sumber daya dibandingkan dengan yang lebih kecil. Perusahaan-perusahaan ini juga memiliki kemampuan lebih dalam menerima pinjaman dan mendanai dana yang mereka butuhkan untuk operasi. Perusahaan yang lebih besar lebih didukung oleh pemerintah dan oleh karena itu diharapkan perusahaan-perusahaan ini memiliki lebih banyak persistensi dalam laba yang diperoleh (Rajizadeh & Rajizadeh, 2013).

Perusahaan besar cenderung bertindak hati-hati dalam mengelola perusahaan dan mengelola laba secara efisien. Perusahaan yang besar juga diperhatikan oleh masyarakat sehingga perusahaan akan menyajikan laporan secara jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya (Anggit & Shodiq, 2014). Hal ini tentu akan mendapat peningkatan kepercayaan dari investor terhadap perusahaan dengan ukuran besar, sebab investor akan menilai bahwa perusahaan tersebut memiliki laba yang persisten seiring upaya peningkatan kinerja yang dilakukan oleh perusahaan tersebut (Nurrochman dan Solikhah, 2015).

Perusahaan yang berukuran besar memiliki kinerja dan sistem yang baik untuk mengendalikan, mengelola, dan mengatur semua aset yang dimiliki perusahaan. Pengelolaan dan pengaturan aset perusahaan yang aktif dan efisien akan berpotensi untuk mendatangkan laba. Tentunya, laba yang diharapkan adalah laba yang tinggi. Pertumbuhan laba yang tinggi akan berpengaruh terhadap persistensi laba dan keberlanjutan perusahaan dalam memperoleh calon investor (N. Dewi & Putri, 2015).

2.3 Hipotesis Penelitian

2.3.1 Pengaruh Kepemilikan Manajerial terhadap Persistensi Laba

Teori agensi menjelaskan adanya hubungan kontrak antara prinsipal dan agen dimana kedua pihak tersebut memiliki berbagai kepentingan untuk mencapai tujuan yang berbeda (Jensen & Meckling, 1976). Namun adanya perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen perusahaan rentan terjadi manipulasi laba yang dilakukan oleh agen. Perbedaan kepentingan antara kedua pihak yaitu pihak prinsipal dan agen merupakan kenyataan empiris yang tidak dapat dipungkiri dalam sebuah hubungan keagenan (Barus, 2014). Untuk mengurangi *agency problem* dapat dilakukan dengan meningkatkan proporsi kepemilikan saham manajemen (Jensen & Meckling, 1976).

Dengan adanya upaya peningkatan proporsi kepemilikan saham manajemen, maka manajer tidak akan menerapkan kebijakan yang akan merugikan perusahaan, sebab dalam hal ini manajer bukan hanya berperan sebagai pengelola perusahaan melainkan ikut serta dalam kepemilikan saham perusahaan, sehingga pihak manajer juga memiliki bagian atas laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Oleh karenanya, pihak manajer akan bekerja semaksimal mungkin agar menghasilkan laba yang persisten disetiap tahunnya, dimana situasi tersebut sesuai dengan keadaan yang sebenarnya, tanpa tindakan kecurangan dalam mengelola laporan keuangan, khususnya dalam menghasilkan laba (Arisandi & Astika, 2019).

Kepemilikan manajerial dapat digunakan sebagai penentu kualitas laba di masa depan yang tergambar dari persistensi labanya, sehingga semakin besar pihak manajemen memiliki saham perusahaan maka semakin besar tanggung jawab manajer untuk mempertanggungjawabkan laporan keuangan (Jumiati & Ratnadi

2014, Arisandi & Astika 2019). Hal ini disebabkan manajer bertindak sesuai dengan keinginan para pemegang saham karena manajer ikut menanggung konsekuensi atas keputusan yang diambil (Demsetz & Lehn, 1985).

Pendapat tersebut didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Agustian, 2020), (Hastutiningtyas & Wuryani, 2019), (Dewata et al., 2016), dan (Jumiati & Ratnadi, 2014) bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap persistensi laba. Semakin besar saham yang dimiliki oleh manajer semakin tinggi tingkat persistensi laba suatu perusahaan. Sebab, manajer akan termotivasi untuk bertanggungjawab dalam meningkatkan persistensi labanya, karena manajer berhak atas laba yang dihasilkan perusahaan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H1 : Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap persistensi laba

2.3.2 Pengaruh *Financial Leverage* terhadap Persistensi Laba

Perolehan laba perusahaan yang tinggi tidak terlepas dari sumber pendanaan yang disebut sebagai hutang (Nuraeni et al., 2019). Ketika perusahaan melakukan pinjaman kepada pihak eksternal yaitu kreditur, maka akan timbul hutang sebagai konsekuensi dari pinjamannya. Sehingga perusahaan telah melakukan *financial leverage*. Penggunaan *financial leverage* dapat dibenarkan sejauh diharapkan bisa memberikan tambahan laba operasi yang lebih besar dari bunga yang dibayarkan.

Financial leverage merupakan kebutuhan penting, karena setiap perusahaan selalu ingin mengembangkan perusahaannya dengan cara menambah hutang guna menambah modal, namun tetap dengan meningkatkan keuntungan. Besarnya *financial leverage* yang dimiliki perusahaan dapat memberi insentif yang kuat bagi para manajer untuk mengelola laba. Hal ini bertujuan untuk mempertahankan

kinerja perusahaan yang baik dimata investor dan kreditor (Rahmadhani et al., 2016).

Kinerja perusahaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan investor, karena perusahaan dapat memberikan gambaran kinerja perusahaan, bahwa perusahaan mampu mempertahankan laba pada periode selanjutnya meskipun biaya yang dikeluarkan perusahaan bertambah yaitu biaya bunga atas pinjaman (Rahmadhani et al., 2016). Begitu pula dengan kreditor, kinerja perusahaan yang baik dapat mempertahankan kepercayaan kreditor terhadap perusahaan, sehingga perusahaan dapat memperoleh kemudahan dalam proses pembayaran pinjaman.

Berdasarkan teori sinyal, *financial leverage* akan memberikan sinyal positif bagi investor (Ross, 1977). *Financial leverage* berpengaruh terhadap persistensi laba karena dengan utang yang dimiliki, perusahaan memperoleh tambahan dana untuk membiayai operasional dan mengembangkan perusahaan. Dengan tambahan dana ini diharapkan perusahaan terus meningkatkan pendapatan dan laba yang dihasilkan meningkat. *Financial leverage* yang tinggi akan menyebabkan perusahaan meningkatkan persistensi laba dengan tujuan agar investor dan kreditor menilai bahwa kinerja perusahaan baik. Apabila investor memiliki pandangan yang baik terhadap perusahaan, maka perusahaan akan mudah untuk memperoleh tambahan dana, baik dari investor maupun kreditor (Gusnita & Taqwa, 2019).

Penelitian terkait *financial leverage* pernah dilakukan oleh Nuraeni et al., (2019) yang menemukan sebuah hasil bahwa adanya pengaruh signifikan antara *financial leverage* dengan persistensi laba. Serta penelitian Gunarto, (2019) juga menemukan adanya hubungan antara variabel *financial leverage* dengan persistensi laba. Semakin besar *financial leverage* akan semakin tinggi persistensi laba. Sebab

hal ini bertujuan untuk mempertahankan kinerja yang baik dimata investor serta kreditor. Berdasarkan uraian diatas, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H2 : *Financial leverage* berpengaruh terhadap persistensi laba

2.3.3 Pengaruh Volatilitas Penjualan terhadap Persistensi Laba

Penjualan merupakan kegiatan bisnis utama perusahaan untuk memperoleh laba. Kinerja suatu perusahaan dapat dikatakan baik apabila perusahaan dapat mempromosikan dan menjual produk berupa barang atau jasa dengan tingkat penjualan yang tinggi (Nadya & Zultilisna, 2018). Tingkat penjualan yang tinggi tentu akan menarik perhatian investor, karena dianggap laba yang dihasilkan akan tinggi. Namun, apabila penjualan yang tinggi tersebut mengalami perubahan signifikan pada setiap periodenya, maka akan dihindari oleh investor. Sebab, situasi tersebut menggambarkan bahwa laba penjualan yang dilakukan tidak stabil, sehingga laba yang dihasilkan tidak menentu (Saptiani, 2020).

Apabila penjualan mempengaruhi perolehan laba perusahaan, maka tingkat naik turunnya (volatilitas) penjualan secara tidak langsung berpengaruh terhadap kemampuan perusahaan dalam meningkatkan persistensi labanya. Umumnya, investor akan lebih tertarik pada volatilitas penjualan yang rendah (Nadya & Zultilisna, 2018). Volatilitas penjualan yang rendah, dapat menggambarkan kemampuan laba dalam memprediksi aliran kas yang dihasilkan dari penjualan (Khasanah & Jasman, 2019). Sedangkan apabila volatilitas penjualan tinggi, mengindikasikan bahwa informasi penjualan tersebut memiliki kesalahan estimasi yang lebih besar dalam lingkungan operasi.

Berdasarkan teori sinyal (Ross, 1977), variabel volatilitas penjualan dapat memberikan informasi kepada pihak investor mengenai banyaknya penjualan

dalam satu periode. Jika informasi volatilitas penjualan pada perusahaan terjadi perubahan yang sangat signifikan setiap periodenya, maka hal ini dapat diindikasikan bahwa terjadi kesalahan estimasi pada nilai penjualan dan tidak menunjukkan nilai penjualan yang sebenarnya. Sehingga persistensi laba akan turun.

Volatilitas penjualan yang memiliki fluktuasi yang tajam membuat prediksi aliran kas yang dihasilkan dari penjualan itu sendiri menjadi kurang pasti bahkan kemungkinan kesalahan prediksi atau kesalahan estimasi sangat tinggi. (Rahmadhani et al., 2016). Aliran kas yang dihasilkan dari aktivitas penjualan akan berujung pada laba perusahaan, sehingga volatilitas penjualan juga akan berdampak terhadap volatilitas laba itu sendiri. Volatilitas penjualan yang rendah mengindikasikan bahwa persistensi laba yang dihasilkan akan tinggi. Sebaliknya, volatilitas penjualan yang tinggi mengindikasikan bahwa persistensi laba rendah.

Penelitian (Nadya & Zutilisna, 2018) yang menemukan hasil bahwa volatilitas penjualan berpengaruh terhadap persistensi laba. Serta penelitian dari (Khasanah & Jasman, 2019) juga menemukan adanya pengaruh antara variabel volatilitas penjualan dengan persistensi laba. Semakin tinggi volatilitas penjualan perusahaan, semakin rendah persistensi labanya. Sebab, volatilitas penjualan yang tinggi dapat mengakibatkan kecenderungan yang besar dalam penggunaan perkiraan dan estimasi, sehingga tidak dapat menggambarkan keberlanjutan laba masa depan. Berdasarkan uraian diatas, dapat dikembangkan hipotesis sebagai berikut:

H3 : Volatilitas penjualan berpengaruh terhadap persistensi laba

2.3.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Persistensi Laba

Ukuran perusahaan menunjukkan besarnya aset yang dimiliki perusahaan. Stabilitasnya perusahaan disebabkan oleh beberapa faktor, salah satunya berasal dari total aset perusahaan, karena perusahaan yang memiliki jumlah aset besar akan menunjukkan kestabilannya serta dianggap memiliki pertumbuhan laba yang baik jika dibandingkan dengan perusahaan dengan jumlah aset yang cenderung kecil (Septavita, 2016).

Penggunaan aset pada suatu perusahaan terkait erat dengan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Setiap aktivitas perusahaan menggunakan aset dalam kegiatan operasionalnya dan akan menghasilkan tingkat pengembalian atas aset yang telah digunakan yaitu berupa laba. Semakin tinggi perputaran aset, maka semakin efisien perusahaan tersebut dalam menggunakan asetnya untuk menghasilkan laba yang persisten.

Besarnya aset yang dimiliki perusahaan mencerminkan besarnya sumber daya yang digunakan dalam kegiatan utama perusahaan. Kegiatan yang dilakukan tersebut bertujuan untuk memperoleh laba bagi perusahaan. Perusahaan yang besar, dimana tingkat operasional serta penjualannya lebih tinggi daripada perusahaan yang kecil, akan menghasilkan laba yang lebih tinggi. Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap persistensi laba karena semakin besar ukuran suatu perusahaan maka kemampuannya untuk menghasilkan laba juga semakin tinggi (Gunarto, 2019).

Ukuran perusahaan dapat menjadi penentu baik tidaknya suatu perusahaan. Biasanya, perusahaan yang besar akan lebih dipercaya oleh investor karena dianggap mampu meningkatkan dan mengelola kinerja perusahaan dengan

mempertahankan persistensi labanya (Nuraeni et al., 2019). Perusahaan besar dapat menggambarkan bahwa perusahaan memiliki kemampuan dalam menghasilkan laba dan relatif lebih stabil daripada perusahaan kecil.

Semakin stabil perusahaan, maka tingkat kepastian untuk memperoleh laba sangat tinggi. Sebaliknya, bagi perusahaan kecil besar kemungkinan laba yang diperoleh juga belum stabil karena tingkat kepastian laba lebih rendah. Hal ini sesuai dengan pendapat (Dechow & Dichev, 2002) yang menyatakan bahwa kestabilan dan operasi dapat diprediksi dengan melihat perusahaan yang besar, sehingga sedikit kemungkinan adanya kesalahan estimasi yang ditimbulkan.

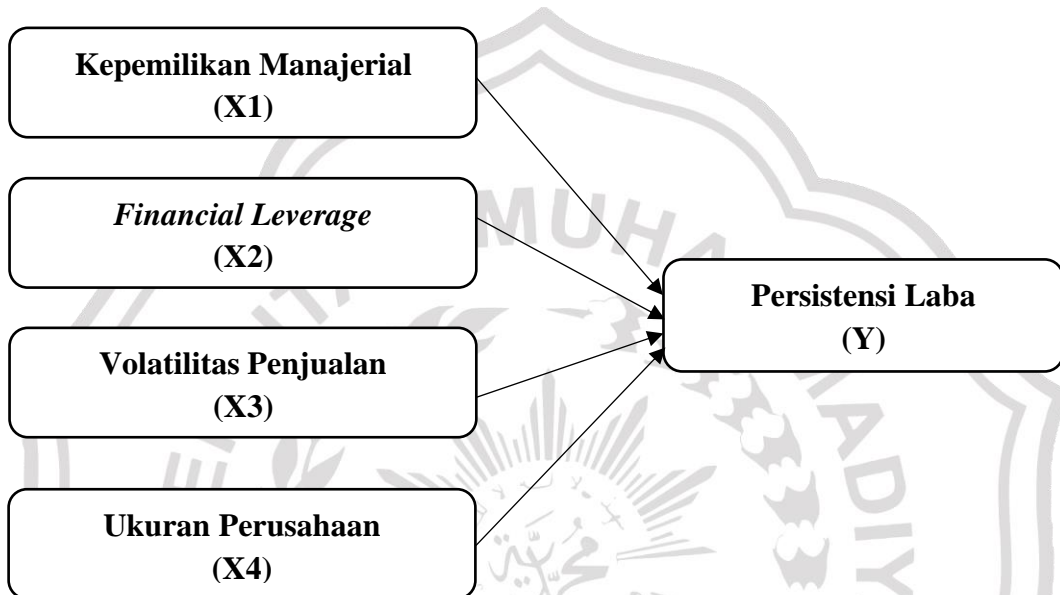
Menurut teori sinyal, investor dapat menangkap sinyal positif terhadap perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan yang besar yang ditunjukkan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki total aset besar dapat menarik investor untuk menanamkan modalnya pada perusahaan. Perusahaan besar memiliki sumber daya yang juga besar, hal ini menunjukkan bahwa perusahaan lebih mampu menggerakkan aktivitas operasional sehingga laba yang diperoleh akan persisten (Gusnita & Taqwa, 2019).

Penelitian terdahulu oleh Khasanah & Jasman, (2019) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif pada persistensi laba. Penelitian Nuraeni et al., (2019) juga menemukan hasil yang serupa bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap persistensi laba. Semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin tinggi persistensi labanya. Sebab, dengan aset yang lebih besar akan mampu menghasilkan laba yang persisten. Berdasarkan uraian penelitian-penelitian sebelumnya tersebut maka hipotesis dapat dikembangkan sebagai berikut :

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap persistensi laba

2.4 Kerangka Pikir

Berdasarkan pembahasan yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel tersebut. Berdasarkan uraian diatas, model penelitian ini dapat digambarkan dalam bentuk kerangka pemikiran sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

Penelitian ini memiliki empat variabel independen (bebas) dan satu variabel dependen (terikat). Kepemilikan manajerial sebagai variabel independen pertama (X1), *financial leverage* sebagai variabel independen kedua (X2), volatilitas penjualan sebagai variabel ketiga (X3), dan ukuran perusahaan sebagai variabel keempat (X4). Sedangkan persistensi laba sebagai variabel dependen (Y). Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian sebelumnya, kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah tentang faktor – faktor yang dapat mempengaruhi persistensi laba.