BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 *Agency Theory* (Teori Keagenan)

Agency theory merupakan teori yang dapat dijadikan landasan untuk penelitian ini, dengan adanya pemisahan fungsi antara pemilik organisasi dan pelaku organisasi. Teori agensi dapat digunakan untuk menjelaskan penyebab timbulnya manajemen laba. Sebagai agen, manajer bertangung jawab secara moral untuk mengoptimalkan keuntungan para pemilik dengan memperoleh kompensasi sesuai dengan kontrak. Sebagaimana pengelola perusahaan, manajer perusahaan tentu akan mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik.

Menurut Jensen dan Meckling (1976) Dalam Nugroho (2015). Teori agensi menggambarkan suatu hubungan yang timbul karena adanya kontrak yang ditetapkan antara prinsipal yang menggunakan jasa agen untuk melaksanakan berbagai kepentingannya. Terdapat dua bentuk keagenan, yaitu hubungan antara manajer dan pemegang saham, serta hubungan antara manajer dengan pemberi pinjaman *(bondholder)*. Dalam praktiknya, agar hubungan kontraktual dapat berjalan dengan baik, principal akan mendelegasikan otoritas dalam pengambilan keputusan kepada agen.

Agency theory adalah pengembangan dari suatu teori yang mempelajari suatu desain kontrak dimana para *agent* bekerja atau bertugas atas nama *principal* ketika keinginan atau tujuan mereka bertolak belakang maka akan terjadi suatu konflik (Scott, 2006) dalam Yamaditya (2014). Hubungan keagenan (*agency relationship*) terjadi ketika satu atau lebih individu, yang disebut sebagai prinsipal menyewa individu atau organisasi lain, yang disebut sebagai agen, untuk melakukan sejumlah jasa dan mendelegasikan kewenangan untuk membuat keputusan kepada agen tersebut. Dalam manajemen keuangan, hubungan keagenan utama terjadi di

antara (1) pemegang saham dan manajer dan (2) manajer dan pemilik utang (Brigham dan Houston, 2009).

Hubungan *agent* dan *principal* harus memiliki kepercayaan yang kuat, dimana *agent* melaporkan segala informasi perkembangan perusahaan yang dimiliki oleh *principal* melalui segala bentuk informasi akuntansi karena hanya manajemen yang mengetahui pasti keadaan perusahaan. Pemisahan antara pengelola dan pemilik perusahaan sangat rentan terhadap masalah yang disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*). Sebagai *agent*, manajer secara moral bertanggung jawab untuk mengoptimalkan keuntungan para *principal* (pemilik perusahaan) melalui pelaporan laba. Sebagai imbalan atas kinerja *agent* tersebut, *principal* akan memberikan kompensasi atau bonus yang sesuai kepada *agent*. Dalam hal ini terdapat dua kepentingan yang berbeda antara *principal* dan *agent*. Masing-masing pihak akan berusaha untuk meningkatkan keuntungannya. Perbedaan kepentingan antara agent dan principal ini memicu timbulnya konflik kepentingan.

Menurut Eisenhard (1989) dalam Shalihatunnisa (2017) teori keagenan dilandasi oleh tiga buah asumsi yaitu:

1. Asumsi tentang sifat manusia

   Asumsi tentang sifat manusia menekankan bahwa manusia memiliki sifat untuk mementingkan diri sendiri *(self interest),* memiliki keterbatasan rasionalitas *(bounded rationality),* dan tidak menyukai risiko *(risk aversion).*
2. Asumsi tentang keorganisasian

   Asumsi keorganisasian adalah adanya konflik antar anggota organisasi, efisiensi sebagai kriteria produktivitas dan adanya Asymmetric Information antara prinsipal dan agen.
3. Asumsi tentang informasi

   Asumsi tentang informasi adalah bahwa informasi dipandang sebagai barang komoditi yang bisa diperjual belikan.

Jadi pada dasarnya dalam teori agensi ini terdapat perbedaan kepentingan antara prinsipal dan agen baik untuk tujuan kerja dan risiko. Hal ini sebagaimana yang ditulis (Hill, et al., 2002 dalam Nur'aini 2012) bahwa landasan dari teori agensi adalah asumsi bahwa kepentingan dari pricipal dan agen itu berbeda. Teori agensi juga mengasumsikan bahwa semua individu bertindak atas kepentingan mereka sendiri. Seperti pricipal yang diasumsikan hanya tertarik pada hasil keuangan yang bertambah dalam hal investasi yang dilakukan pricipal di dalam perusahaan.

2.2 Manajemen Laba

2.2.1 Pengertian Laba

Laba adalah perbedaan antara *revenue* yang direalisasi yang timbul dari transaksi pada periode tertentu dihadapkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan pada periode tersebut (Harahap, 2008). Laba adalah hal yang mendasar dan penting dari laporan keuangan dan memiliki banyak kegunaan di berbagai konteks. Laba umumnya dipandang sebagai dasar untuk perpajakan, penentu dari kebijakan pembayaran deviden, panduan dalam melakukan investasi dan pengambilan keputusan dan satu elemen dalam peramalan.

Laba yang ditampilkan dalam laporan keuangan, menjadi satu penilaian baik atau tidaknya kinerja dari suatu perusahaan. Umumnya semakin tinggi laba yang ditampilkan, semakin baik pula citra dari kinerja perusahaan tersebut. Laporan keuangan yang baik, tentu saja yang menampilkan laporan yang akurat dan jujur (Yulis, 2017).

Ada beberapa faktor yang mempengaruhi laba bersih, yaitu :

1. Naik turunnya jumlah unit barang yang di jual dan harga jual per unit.
2. Naik turunnya harga pokok penjualan, perubahan harga pokok penjualan ini dipengaruhi oleh jumlah unit yang dibeli atau diproduksi atau dijual dari harga per unit atau harga pokok per unit.
3. Naik turunnya biaya usaha yang dipengaruhi yang dipengaruhi oleh jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan operasi perusahaan.

4. Naik turunnya pos penghasilan atau biaya non operasional yang dipengaruhi oleh variasi jumlah unit yang dijual, variasi dalam tingkat harga dan kebijaksanaan dalam pemberian atau penerimaan.
5. Naik turun pajak perseroan yang dipengaruhi besar kecilnya laba yang diperoleh atau tinggi rendahnya tarif pajak.
6. Adanya perubahan dalam metode akuntansi.

2.2.2 Pengertian Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan cara yang digunakan manajer untuk mempengaruhi angka laba secara sistematis dan sengaja dengan cara pemilihan kebijakan akuntansi dan prosedur akuntansi tertentu oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara ilmiah dapat memaksimumkan utilitas mereka dan atau nilai pasar perusahaan (Scoot, 1997 dalam Nur'aini 2012).

Manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sulistyanto, 2008).

Sampai saat ini masih ada kontroversi dalam memandang dan memahami manajemen laba. Perbedaan ini terjadi antara para praktisi dan akademisi. Para praktisi menilai manajemen laba sebagai kecurangan, sementara para praktisi menilai manajemen laba tidak bisa dikategorikan sebagai kecurangan. Ada argumen kuat yang diungkapkan setiap pihak dalam mempertahankan pendapatnya, meskipun demikian ada benang merah yang menyepakati bahwa manajemen laba adalah upaya untuk mengubah, menyembunyikan, dan menunda informasi keuangan (Sulistyanto, 2008).

Secara umum para praktisi, yaitu pelaku ekonomi , pemerintah asosiasi profesi dan regulator lainnya, beragumen bahwa manajemen laba merupakan perilaku opportunis seorang manajer untuk mempermainkan angka – angka dalam laporan

keuangan dengan tujuan yang ingin dicapainya. Sementara para akademisi, beragumen bahwa manajemen laba merupakan dampak dari kebebasan seorang manajer untuk memilih dan menggunakan metode akuntansi tertentu ketika mencatat dan menyusun laporan informasi dalam laporan keuangan (Sulistyanto, 2008).

Berdasarkan dengan definisi yang telah dipaparkan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan suatu perilaku yang disengaja oleh manajer dalam mengolah laporan keuangan menjadi baik dengan tujuan untuk menguntungkan pihak-pihak tertentu.

Menurut Sulistyanto (2008), ada beberapa cara yang dipakai perusahaan untuk mempermainkan besar kecilnya laba, yaitu:

1. Mengakui dan mencatat pendapatan lebih cepat satu periode atau lebih
   Upaya ini dilakukan manajer dengan mengakui dan mencatat pendapatan periode-periode yang akan datang atau pendapatan yang secara pasti belum dapat ditentukan kapan dapat terealisir sebagai pendapatan periode berjalan (*current revenue*).
2. Mengakui pendapatan lebih cepat satu periode atau lebih
   Upaya ini dilakukan mengakui pendapatan periode berjalan menjadi pendapatan periode sebelumnya.
3. Mencatat pendapatan palsu
   Upaya ini dilakukan manajer dengan mencatat pendapatan dari suatu transaksi yang sebenarnya tidak pernah terjadi sehingga pendapatan ini juga tidak akan pernah terealisir sampai kapanpun.
4. Mengakui dan mencatat biaya lebih cepat atau lambat
   Upaya ini dapat dilakukan manajer mengakui dan mencatat biaya periode-periode yang akan datang sebagai biaya periode berjalan (*current cost*).
5. Mengakui dan mencatat biaya lebih lambat
   Upaya ini dapat dilakukan dengan mengakui biaya periode berjalan menjadi biaya periode sebelumnya.

6. Tidak mengungkapkan semua kewajiban

   Upaya ini dapat dilakukan manajer dengan cara menyembunyikan seluruh atau sebagian kewajibannya sehingga kewajiban periode berjalan menjadi lebih kecil daripada kewajiban sesungguhnya.

Menurut Sulistyanto (2008), ada banyak cara yang dilakukan manajer dalam mempengaruhi laporan keuangan, yang secara singkat dikategorikan sebagai berikut:

a. Memilih metode dan standar akuntansi

   Kebijakan ini relatif lebih mudah diketahui oleh pemakai laporan keuangan. Alasannya, prosedur yang digunakan manajer dalam menyusun laporan keuangan harus diungkapkan dengan jelas dalam catatan laporan keuangan bersangkutan, termasuk jika terjadi perubahan metode dan prosedur akuntansi yang digunakan.

b. Mengendalikan berbagai akrual

   Kebijakan ini relatif lebih sulit untuk terdeteksi oleh pemakai laporan keuangan, sehingga manajer cenderung memilh kebijakan rekayasa dengan mengendalikan berbagai akrual.

2.2.3 Motivasi Manajemen Laba

Sulistyanto (2008), secara umum ada beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk berperilaku oportunis, yaitu motivasi *Bonus Plan*, *Debt Convenant*, *political motivasion*, *Taxation motivasion*, dan pergantian CEO

1. *Bonus Plan*

Manajer mempunyai informasi laba bersih sebelum dilaporkan dalam laporan keuangan, sementara pihak luar tidak bisa mengetahuinya sampai mereka membaca laporan keuangan. Karenanya manajer akan berusaha untuk mengatur laba bersih tersebut sehingga dapat memaksimalkan bonus mereka berdasarkan *compensation plans* perusahaan.

2. *Debt Convenant*

Kontrak hutang jangka panjang merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman kreditor dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditor yang mana dapat menurunkan keamanan atau menaikan risiko bagi kreditor yang telah ada. Terdapat hipotesis *debt convenant* yang menyatakan bahwa semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang, maka manajer akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat "memindahkan" laba periode mendatang ke periode berjalan.

3. *Political Motivation*

Beberapa motivasi politis yang mendorong perusahaan melakukan manajemen laba dengan cara menurunkan laba antara lain (a) untuk mengurangi biaya politis dan pengawasan dari pemerintah, (b) untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah, misalnya subsidi, perlindungan dari pesaing luar negeri, dan (c) untuk meminimalkan tuntutan serikat buruh.

4. *Taxation Motivation*

Contohnya yaitu, untuk persediaan, perusahaan akan memilih metode akuntansi LIFO, yang menghasilkan laba bersih paling rendah dibandingkan metode lainnya. Sehingga beban pajak yang dibayarkan akan menjadi rendah.

5. Pergantian CEO

Sebagai contoh, CEO yang mendekati masa akhir penugasan atau pensiun akan melakukan strategi memaksimalkan laba untuk meningkatkan bonusnya dan membuat CEO yang baru merasa sangat berat untuk mencapai tingkat laba tersebut. Demikian juga dengan CEO yang kurang berhasil memperbaiki kinerja perusahaan akan cenderung memaksimalkan laba untuk mencegah atau membatalkan pencatatannya.

2.2.4 Pola Manajemen Laba

Menurut Scott (2007) dalam Sari dan Ahmar (2014) mengindetifikasikan adanya empat pola yang dilakukan manajeman untuk pengelolaan atas laba sebagai berikut :

a. Taking a bath

Taking a bath adalah pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba perusahaan pada periode berjalan menjadi sangat ekstrim rendah (bahkan rugi) atau sangat ekstrim tinggi dibandingkan dengan laba pada periode sebelumnya atau sesudah-nya.

b. Income minimization

Income minimization adalah pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada laporan keuangan periode berjalan lebih rendah daripada laba sesungguhnya.

c. Income maximization

Maksimisasi laba (*income maximization*) adalah pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada laporan keuangan periode berjalan lebih tinggi dari pada laba sesungguhnya.

d. Income Smoothing

Income smoothing atau perataan laba merupakan salah satu bentuk manajemen laba yang dilakukan dengan cara membuat laba akuntansi relative konsisten (rata atau *smooth*) dari periode ke periode.

2.2.5 Sasaran Manajemen Laba

(Rangkuti, 2015) unsur-usnsur laporan keuangan yang dapat dijadikan sasaran untuk dilakukan manajemen laba yaitu:

1. Kebijakan Akuntansi.

Keputusan manajer untuk menerapkan suatu kebijakan akuntansi yang wajib diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu antara menerapkan akuntansi lebih awal dari waktu yang ditetapkan atau menundanya sampai saat berlakunya kebijakan tersebut.

2. Pendapatan.

Dengan mempercepat atau menunda pengakuan akan pendapatan.

3. Biaya.

Menganggap sebagai ongkos (beban biaya) atau menganggap sebagai suatu tambahan investasi atas suatu biaya (*amortize or capitalize ofinvestment*).

2.2.6 Teknik Manajemen Laba

(Fransiska, 2007). Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melakukan manajemen laba pada laporan keuangan, yaitu:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

   Cara ini merupakan cara manajer untuk mempengaruhi laba melalui judgement 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: mengubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

Dalam penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya manajemen laba maka pengukuran atas akrual adalah hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Total akrual adalah selisih antara laba dan arus kas yang berasal dari aktivitas operasi. Total akrual dapat dibedakan menjadi dua bagian yaitu: (1) bagian akrual yang memang sewajarnya ada dalam proses penyusunan laporan keuangan, disebut *normal accruals* atau *non discretionary accruals*, dan (2) bagian akrual yang merupakan data akuntansi yang disebut dengan *abnormal accruals* atau *discretionary accruals* (Utami 2005) dalam Kurnia dan Arafat, 2015.

Rumus untuk menghitung manajemen laba adalah:

$$\text{Manajemen Laba (ML)} = \frac{\text{Akrual Modal Kerja}}{\text{Penjualan}}$$

Akrual modal kerja = arus kas dari aktivitas operasi

Rumus AkrualModal Kerja = D AL- D HL – D kas

Keterangan:

D AL: Perubahan aktiva lancar pada periode akhir periode t

D HL: Perubahan hutang lancar pada akhir periode t

D Kas : Perubahan kas dan ekuivalen kas pada akhir periode t

Proksi manajemen yang akan digunakan untuk dalam penelitian ini adalah model spesifikasi akrual yaitu akrual modal kerja yang juga digunakan dalam penelitian Kurnia dan Arafat, 2015. Menurut Peasnell *et al* (2000) dalam Kurnia dan Arafat, 2015 penggunaan modal kerja lebih tepat. Proksi yang digunakan dalam penelitian ini adalah rasio akrual modal kerja dengan penjualan. Alasan digunakan penjualan sebagai deflator akrual modal kerja adalah karena manajemen laba banyak terjadi di akun penjualan sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Nelson *et al* (1994) yang memodifikasi model DeAngelo (1986) menjadi rasio antara perubahan total akrual dengan penjualan.

2.2.7 Alasan Manajer Melakukan Manajemen Laba

Manajer melakukan manajemen laba karena baik teori maupun bukti-bukti empiris menunjukkan bahwa *earnings* atau laba telah dijadikan sebagai suatu target dalam proses penilaian prestasi usaha suatu departemen secara khusus (manajer) atau perusahaan (organisasi) secara umum. Disamping itu laba atau tingkat keuntungan juga merupakan alat untuk mengurangi biaya keagenan (*agency*), dari sisi teory keagenan (*agency theory)*, dan juga biaya kontrak, dari sisi teori kontrak. Misalnya, pada saat keuntungan dijadikan patokan sebagai pemberian bonus, hal ini akan menciptakan dorongan kepada manajer untuk memanage data keuangan agar dapat menerima bonus seperti yang diinginkannya, dan juga untuk menghindari pergantian CEO karena kinerja yang di anggap buruk (Rahyuni et al, 2017).

Alasan lain adalah mengingat akan pentingnya keuntungan atau perolehan secara akuntansi (*accounting income*) untuk pembuat keputusan oleh banyak pihak, misalnya investor penyedia dana (kreditur), manajer, pemilik atau pemegang saham dan pemerintah. Melihat kenyataan tersebut, tidak mengherankan bila banyak manajer memanage data keuangan atau keuntungan untuk kepentingan tertentu.

2.3 Asimetri informasi

Asimetri informasi adalah suatu keadaan yang muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan dibandingkan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Ketika timbul asimetri informasi keputusan ungkapan yang dibuat untuk manajer dapat mempengaruhi harga saham sebab asimetri informasi antara investor yang lebih terinformasi dan investor yang kurang terinformasi menimbulkan biaya transaksi dan mengurangi likuiditas yang diharapkan dalam pasar untuk saham-saham perusahaan Yamaditya (2014).

Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana adanya ketidakseimbangan dalam perolehan informasi antara manajemen dan pemegang saham dimana manajemen memiliki informasi yang lebih dibanding dengan pihak eksternal. Asimetri informasi yang terjadi antara *agent* dan *principal* ini dapat menimbulkan suatu peluang bagi *agent* untuk melakukan praktik manajemen laba di perusahaan, karena dengan adanya informasi yang dimiliki oleh *agent* lebih banyak daripada *principal* maka *agent* dengan mudah dapat memanipulasi informasi yang ada di perusahaan. Asimetri informasi timbul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan dibandingkan pemegang saham. Dengan demikian beberapa konsekuensi tertentu akan hanya akan diketahui pihak lain yang juga memerlukan informasi tersebut (Shalihatunnisa, 2016).

Menurut Scott (2000) dalam Yamaditya (2014) Terdapat dua macam asimetri informasi, yaitu;

a. Adverse selection

Adverse selection, yaitu bahwa para manajer serta orang-orang dalam lainnya biasanya mengetahui lebih banyak tentang keadaan dan prospek perusahaan dibandingkan dengan pihak luar. Dan mungkin terdapat fakta-fakta yang tidak disampaikan kepada principal

b. Moral Hazard

Moral hazard, yaitu bahwa kegiatan yang dilakukan oleh seorang manajer tidak seluruhnya diketahui oleh investor (pemegang saham, kreditor), sehingga manajer dapat melakukan tindakan diluar pengetahuan pemegang saham yang melanggar kontrak dan sebenarnya secara etika atau norma mungkin tidak layak dilakukan.

2.4 *Leverage*

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari utang (Harahap, 2013).

Menurut Harahap (2013) ada tiga jenis rasio *leverage* yaitu sebagai berikut :

1 Rasio Utang terhadap Modal

$$Rasio\ utang\ terhadap\ modal = \frac{Total\ Utang}{Modal}$$

Raso ini menggambarkan sampai sejauh mana modal pemilik dapat menutupi utang-utang kepada pihak luar. Semakin kecil rasio ini semakin baik. Untuk keamanan pihak luar rasio terbaik jika jumlah modal lebih besar dari jumlah utang atau minimal sama. Namun bagi pemegang saham atau manajemen rasio *leverage* ini sebaiknya besar.

2 Rasio Utang terhadap Aktiva

$$Rasio\ utang\ terhadap\ aktiva = \frac{Total\ Utang}{Total\ Aktiva}$$

Rasio ini menunjukan sejauh mana utang dapat ditutupi oleh aktiva, lebih besar rasionya lebih aman. Bisa juga dibaca berapa porsi utang dibandingkan dengan aktiva. Supaya aman porsi utang terhadap aktiva harus lebih kecil.

3 Debt Service Ratio

$$Debt\ Service\ Ratio = \frac{Laba\ bersih + Bunga + Penyusutan + Beban\ Nonkas}{Pembayaran\ bunga\ dan\ Pinjaman}$$

Rasio ini menggambarkan sejauh mana laba setelah dikurangi bunga dan penyusutan serta biaya nonkas dapat menutupi kewajiban bunga dan pinjaman. Semakin besar rasio ini semakin besar kemampuan perusahaan menutupi utang-utangnya. Perusahaan yang sehat mestinya laba yang diperoleh jauh melebehi kewajiban pembayaran atau pelunasan utang.

Ratio ini menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun asset. Ratio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal (*equity*). Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari utang. Persamaan yang digunakan untuk menghitung *leverage* adalah sebagai berikut : (Harahap, 2009).

$$Leverage = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{total Modal}}\ x\ 100\ \%$$

2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan variabel yang mempunyai hubungan dengan manajemen laba. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Terdapat dua pandangan tentang bentuk hubungan ukuran perusahaan dan manajeman laba. Pandangan pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan manajeman laba, karena perusahaan besar memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks dibandingkan perusahaan kecil, sehingga memungkinkan untuk melakukan manajeman laba. Pandangan kedua menyatakan bahwa ukuran perusahaan

memiliki hubungan negatif dengan manajeman laba. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kecendrungan melakukan tindakan manajeman laba yang lebih kecil dibanding perusahaan yang berukuran kecil. Hal ini dikarenakan perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pemegang saham dan pihak luar sehingga perusahaan besar mendapatkan tekanan yang lebih kuat untuk menyajikan laporan keuangan yang *credible* (Restuwulan, 2013).

Ukuran perusahaan dapat didefinisikan sebagai upaya penilaian besar atau kecilnya sebuah perusahaan. Ukuran perusahaan akan sangat penting bagi investor dan kreditor karena akan berhubungan dengan risiko investasi yang dilakukan. Perusahaan dengan ukuran sedang dan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari pada stakeholdersnya, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil (Astari, 2017).

2.6 Kepemilikan Manajerial

Kepemilikan manjerial adalah kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan. Kepemilikan saham manajerial dapat mensejajarkan antara kepentingan pemegang saham dengan manajer, karena manajer ikut merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan manajer yang menanggung risiko apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah. Hal tersebut menyatakan bahwa semakin besar proporsi kepemilikan manajemen pada perusahaan akan dapat menyatukan kepentingan antara manajer dengan pemegang saham, sehingga kinerja perusahaan semakin bagus. Menurut Jensen (1986) dalam Anggraini (2013).

Untuk mengurangi *agency cost* dapat dilakukan dengan meningkatkan kepemilikan manajerial. Dengan memberikan kesempatan manajer untuk terlibat dalam kepemilikan saham dengan tujuan untuk menyetarakan kepentingan dengan pemegang saham. Dengan kepemilikan saham, manajer akan bertindak secara hati - hati karena mereka ikut menanggung kosekuensi atas keputusan yang

diambilnya dan manajer juga akan termotivasi untuk meningkatkan kinerjanya dalam mengelola perusahaan (Nugroho, 2015).

2.7 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan Asimetri Informasi, *Leverage*, Ukuran perusahaan, dan kepemilikan Manajerial terhadap manajemen laba diantaranya adalah :

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

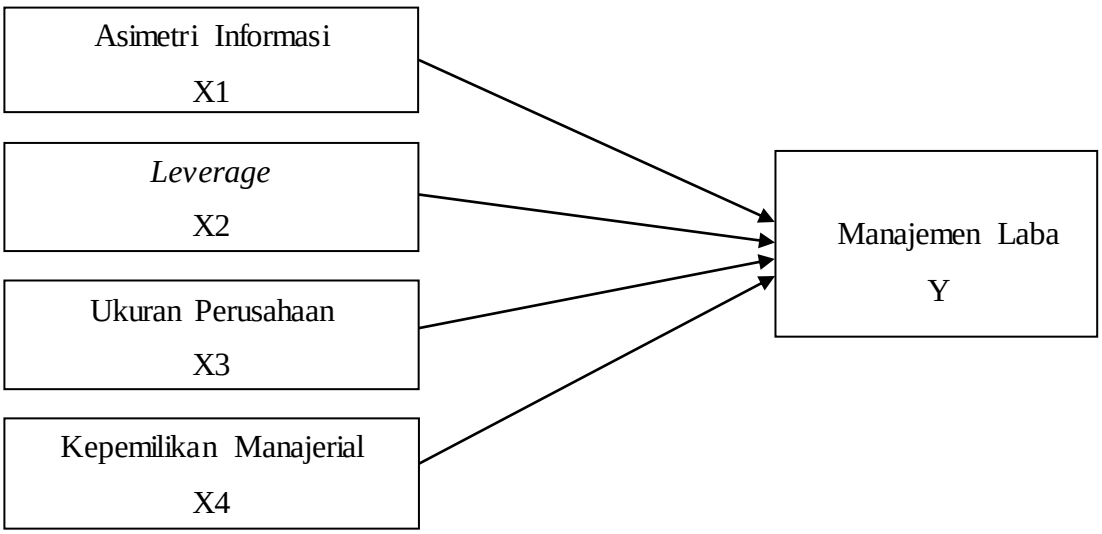
No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Yamaditya ,Vanian (2014)	Pengaruh Asimetri Informasi, *Leverage* Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2011-2013	Asimetri Informasi, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukan bahwa asimetri informasi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba, tetapi *leverage* tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba.
2.	Nugroho, Satria (2015)	Pengaruh Kompensasi, Kepemilikan Manajerial,	Kompensasi, Kepemilikan Manajerial, Diversifikasi	Hasil menunjukkan bahwa Kepemilikan manajerial dan diversifikasi

		Diversifikasi Perusahaan Dan Ukuran Kap Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2011-2013	Perusahaan Ukuran Kap dan Manajemen Laba	perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan kompensasi dan ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap manajemen laba .
3.	Yatulhusna, Najmi (2015)	Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, Umur, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI 2010-2013	Profitabilitas, *Leverage*, Umur, dan Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba	Profitabilitas, *Leverage*, dan Umur, berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan Ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
4.	Putu Tiya Mahawyahrti dan I Gusti Ayu Nyoman	Asimetri Informasi, *Leverage*, Dan Ukuran	Asimetri Informasi, *Leverage*, Ukuran	Penelitian ini membuktikan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif

	Budiasih (2016)	Perusahaan Pada Manajemen Laba	Perusahaan Dan Manajemen Laba	pada manajemen laba, *leverage* berpengaruh positif pada manajemen laba dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada manajemen laba.
5.	Shalihatunnisa R (2017)	Analisis Pengaruh Asimetri Informasi, *Leverage*, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba	Asimetri Informasi, *Leverage*, Ukuran Perusahaan dan Manjeman Laba	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel asimetri informasi terbukti berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba, sedangkan variabel *leverage* berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba. Penelitian ini juga membuktikan variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen.

2.8 Kerangka Pemikiran

Fokus permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh Asimetri Informasi, *Leverage*, Ukuran Perusahaan perusahaan dan Kepemilikan Manajerial terhadap manajemen laba. Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.9 Bangunan Hipotesis

2.9.1 Hubungan Asimetri Informasi dengan Manajemen Laba

Agency theory mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (*agent)* dengan pemegang saham (*principal*). Asimetri informasi ini timbul ketika manajer mengetahui lebih banyak informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan dibanding dengan pemegang saham dan stakeholder lainnya. Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Hal ini memberikan kesempatan bagi manajer untuk melakukan manajemen laba (Jensen dan Meckling 1976) dalam Agustia dan Pramesti (2008).

Keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Kualitas laporan keuangan akan mencerminkan tingkat manajemen laba. (Kusworo, 2016)

Asimetri informasi adalah suatu kondisi dimana adanya ketidakseimbangan dalam perolehan informasi antara manajemen dan pemegang saham dimana manajemen memiliki informasi yang lebih dibanding dengan pihak eksternal. Asimetri informasi yang terjadi antara *agent* dan *principal* ini dapat menimbulkan suatu peluang bagi *agent* untuk melakukan praktik manajemen laba di perusahaan, karena dengan adanya informasi yang dimiliki oleh *agent* lebih banyak daripada *principal* maka *agent* dengan mudah dapat memanipulasi informasi yang ada di perusahaan. (Shalihatunnisa, 2016).

Penelitian yang dilakukan Mahawyahrti dan nyoman 2016 dan Yamaditya (2014) menemukan adanya bukti bahwa Asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Ketika asimetri informasi tinggi, *stakeholder* tidak memiliki sumber daya yang cukup atas informasi yang relevan dalam memonitor tindakan manajer sehingga akan memunculkan praktik manajemen laba. Akibatnya asimetri informasi ini akan mendorong manajer untuk tidak menyajikan informasi selengkapnya. Jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer.

H1 : Asimetri Informasi berpengaruh terhadap manajemen laba

2.9.2 Hubungan Leverage dengan Manajemen Laba

Leverage adalah rasio yang menggambarkan hubungan antara utang perusahaan terhadap modal maupun aset. Rasio ini dapat melihat seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh utang atau pihak luar dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal. Perusahaan yang baik mestinya memiliki komposisi modal yang lebih besar dari utang (Harahap, 2013).

Rasio *leverage* merupakan rasio yang terdapat pada laporan keuangan untuk dapat mengetahui seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal, atau dapat juga menunjukan beberapa bagian aset yang digunakan untuk menjamin hutang. *Leverage* mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, dimana investor akan melihat rasio *leverage* perusahaan yang terkecil karena rasio *leverage* mempengaruhi dampak resiko yang terjadi. Jadi semakin kecil rasio *leverage* maka semakin kecil

resikonya, begitu juga sebaliknya. Dengan cara demikian ketika perusahaan mempunyai rasio leverage yang tinggi maka perusahaan cenderung akan melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan terancam tidak bisa memenuhi kewajibannya dengan membayar hutangnya tepat waktu. Hutang yang dipinjamnya dapat efisien dan efektif apabila perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya sehingga perputarannya akan normal.

(Verawati, 2012). *Leverage* adalah rasio total hutang dibandingkan total aset. Rasio *leverage* menunjukkan risiko yg dihadapi perusahaan. Semakin besar risiko yang dihadapi oleh perusahaan maka ketidakpastian untuk menghasilkan laba dimasa depan juga akan meningkat. *Leverage* biasanya dijadikan proksi dari hutang perusahaan. Kebijakan hutang merupakan salah satu alternatif pendanaan perusahaan selain menjual saham di pasar modal. Hutang yang dipergunakan secara efektif dan efisien akan meningktkan nilai perusahaan.

Penelitian yang dilakukan Utami (2017) dan Yatulhusna (2015) menemukan adanya bukti bahwa *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan semakin tinggi tingkat *leverage* perusahaan maka manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen juga akan meningkat. Ketika perusahaan berada pada tingkat *leverage* yang tinggi, berarti perusahaan dapat dikatakan berada dalam keadaan insovable, artinya perusahaan berada dalam keadaan dimana kekayaan yang dimiliki lebih kecil dibanding dengan utangnya.

H2 : *Leverag*e berpengaruh terhadap Manajemen Laba

2.9.3 Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai dimana perusahaan dapat di klasifikasikan 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 indikator tersebut dapat

digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar ukuran perusahaan tersebut. Misal semakin besar aktiva maka akan semakin besar modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka akan semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka akan semakin besar pula perusahaan itu akan dikenal masyarakat (Yatulhusna, 2015).

Ukuran perusahaan merupakan ukuran atau besarnya asset yang dimiliki perusahaan. Ukuran untuk menentukan ukuran perusahaan adalah dengan *log natural* dari *total asset*. Total asset dijadikan sebagai indicator ukuran perusahaan karena sifatnya jangka panjang dibandingkan dengan penjualan. Sedangkan logaritma natural digunakan untuk meminimalkan varian dari model penelitian. (Kurnia, 2016).

Penelitian yang dilakukan Marlisa dan Fuadati (2016) dan Yamaditya (2014) menemukan adanya bukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh dan signfikan terhadap majeman laba. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan semakin kecil besaran pengelolaan labanya. Berbasis pada efek ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

H3 : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Manajemen Laba

2.9.4 Kepemilikan Manajerial dengan Manajemen Laba

Sudiyanto (2016) mengatakan bahwa peningkatan kepemilikan manajerial dalam perusahaan mendorong manajer untuk menciptakan kinerja perusahaan secara optimal dan memotivasi manajer bertindak secara hati-hati, karena mereka ikut menanggung konsekuensi atas tindakannya.

Kepemilikan manajerial merupakan besarnya kepemilikan saham yang di miliki oleh manajer. Dari sudut pandang teori akuntansi, manajemen laba sangat ditentukan oleh motivasi manajer perusahan. Motivasi yang berbeda akan menghasilkan besaran manajemen laba yang berbeda, seperti antara manajer yang berbeda yang juga sekaligus sebagai pemegang saham dan manajer yang tidak

sebagai pemegang saham. Dua hal tersebut akan mempengaruhi manajemen laba, sebab kepemilikan seorang manajer akan ikut menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan terhadap metode akuntansi yang diterapkan pada perusahaan yang mereka kelola. Sehingga dapat dikatakan bahwa persentase tertentu kepemilikan saham oleh pihak manajemen cenderung mempengaruhi tindakan manajemen laba. (Agusti dan Pramesti, 2008)

Penelitian yang dilakukan Agusti dan Pramesti (2008) dan Nugroho (2015) menemukan adanya bukti bahwa kepemilikan manajerial berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini tidak konsisten dengan hasil penelitian Sudiyanto (2016**)** yang menunjukkan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

H4 : Kepemilikan Manajerial berpengaruh terhadap Manajemen Laba