

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Prinsip utama dari teori keagenan adalah adanya hubungan kerja antara pihak yang memberikan wewenang (*Principle*) yaitu pemilik atau pemegang saham dengan pihak yang menerima wewenang (*agent*) yaitu manajer, dalam bentuk kontak kerja sama (Primasari, 2011). Teori keagenan memiliki asumsi bahwa masing-masing individu memiliki motivasi atau dorongan untuk mensejahterakan kepentingan dirinya sendiri. Terkadang manajer membuat keputusan yang tidak konsisten dengan tujuan perusahaan, yaitu memaksimalkan kesejahteraan pemegang saham. Misalnya, manajer perusahaan menggunakan wewenang dan kekuasaan yang untuk membuat keputusan yang mungkin tidak sejalan dengan kepentingan pemilik (Gitman *et al*, 2015)

Konsep *agency theory* menurut Anthony *et al* (2011) adalah hubungan atau kontak antara principal dan agent. Principal mempekerjakan agent untuk melakukan tugas untuk kepentingan principal, termasuk pendelegasian otorisasi pengambilan keputusan dari principal kepada agent. Pada perusahaan yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai principal, dan CEO (*Chief Executive Officer*) sebagai agent mereka. Pemegang saham mempekerjakan CEO untuk bertindak sesuai dengan kepentingan principal.

Dalam hubungan antara *prinsipal* dan *agent* akan menimbulkan masalah jika terdapat informasi yang asimetri. Apabila beberapa pihak yang terkait dalam transaksi bisnis lebih memiliki informasi dari pada pihak lain, maka kondisi tersebut dikatakan sebagai asimetri informasi (Scott, 2012). Asimetri informasi dapat berupa informasi yang terdistribusi dengan tidak merata diantara *principal* dan *agent*, serta tidak mungkin *principal* mengamati secara langsung usaha yang dilakukan oleh agent. Pihak manajemen tentu lebih mengetahui informasi lengkap mengenai perusahaan dibandingkan investor yang menanamkan modalnya di perusahaan tersebut. Kesempatan ini digunakan oleh pihak

manajemen dengan menampilkan kinerja perusahaan yang lebih baik di laporan yang tidak sesuai dengan kinerja perusahaan sesungguhnya.

Agency Theory menunjukkan pentingnya pemisahan manajemen perusahaan dari pemilik kepada manajer. Tujuan sistem pemisahan ini untuk menciptakan efisiensi dan efektifitas dengan menyewa agen profesional dalam mengelola perusahaan. Pemisahan kepemilikan dan pengendalian ini membawa pada masalah agensi, dimana manajer dalam perusahaan bertindak sebagai “*agent*” dan *stakeholder* bertindak sebagai “*principal*”. Pemegang saham sebagai pemilik perusahaan *principal* menyerahkan pembuatan keputusan kepada direktur yang bertindak sebagai agen dari pemegang saham. Pemilik menginginkan informasi dan mengembangkan sistem insentif untuk meyakinkan tindakan agen berada dalam kepentingan pemilik.

Sistem kepemilikan perusahaan semacam ini dapat memunculkan masalah, yaitu agen mungkin akan bertindak tidak sesuai dengan kepentingan prinsipal, sebab manajer mungkin mencari untuk memaksimalkan kepentingannya sendiri. Pemisahan ini mungkin juga akan menyebabkan kurangnya transparansi dalam penggunaan dana perusahaan dan dalam penyeimbangan kepentingan yang tepat. Sementara itu prinsipal menginginkan pengembalian yang sebesar-besarnya atas investasi yang salah satunya dicerminkan dengan kenaikan porsi deviden dari tiap saham yang dimiliki (Susanti *et al*, 2013).

Teori keagenan mulai berlaku ketika terjadi hubungan kontraktual antara pemilik modal (*principal*) dan *agent*. *Principal* yang tidak mampu mengelola perusahaannya sendiri menyerahkan tanggung jawab operasional perusahaannya kepada *agent* sesuai dengan kontrak kerja. Jensen *et al*, 1976 menjelaskan bahwa konflik keagenan yang terjadi antara *principal* dan *agent* menyebabkan adanya *agency cost* yang terdiri dari biaya pengawasan oleh *principal*, biaya perikatan oleh *agent* dan kerugian residual (*residual loss*). Kerugian *residual* ini adalah pengurangan kekayaan yang dimiliki oleh *principal* sebagai akibat dari perbedaan

keputusan-keputusan yang diambil oleh *agent* dan keputusan-keputusan yang akan memaksimalkan kekayaan perusahaan *principal*.

Kinerja perusahaan dapat membantu mengurangi biaya agensi yang mungkin terjadi. Biaya agensi yang muncul karena konflik kepentingan yang ada dalam perusahaan. Kinerja perusahaan dianggap mampu mengurangi masalah keagenan karena dengan adanya pengawasan maka perilaku oportunistik manajer dan kecenderungan untuk menyembunyikan informasi demi keuntungan pribadi dan dapat mengarah pada peningkatan pengungkapan perusahaan.

2.2. Kinerja Perusahaan

Kinerja perusahaan adalah hasil dari kinerja manajemen untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan utama perusahaan adalah memberikan keuntungan yang adil bagi pemiliknya sambil menjaga modal yang di investasikan. Returns dapat diartikan melalui dividen yang berasal dari keuntungan (*profit*). Dengan demikian, *profitabilitas* selalu menjadi pengukuran yang penting dalam menentukan kinerja perusahaan karena tujuan perusahaan adalah melindungi modal yang di investasikan oleh pemilik modalnya (Tamalee *et al*, 2008). *Profitabilitas* dapat diukur dengan *Return On Assets* (ROA) yang mengukur tentang *profitabilitas* keseluruhan *asset* (Kieso *et al*, 2011). Kinerja perusahaan dalam penelitian ini diproksikan dengan *Return On Assets* (ROA) yang dihitung dengan membagi rasio laba bersih dengan total *asset*. Rasio ini lebih luas daripada *Return on Equity* (ROE) karena rasio ini membandingkan imbalan untuk para pemegang saham dan kreditor dengan jumlah *asset* (Simamora, 2000). Selain itu ROA lebih mencerminkan kinerja suatu organisasi seperti strategi dan kontrol internal pada perusahaan, sedangkan pengukuran berbasis pasar di pengaruhi oleh factor yang kompleks termasuk kepercayaan investor.

2.3. Strategi Bisnis

Strategi bisnis adalah perencanaan terintegrasi dengan mempertimbangkan aspek strategi dalam perusahaan (Paylosa, 2014). Strategi bisnis perusahaan mempengaruhi seluruh aktivitas perusahaan karena semua aktivitas proses bisnis,

kegiatan operasional, dan transaksi yang dilakukan serta segala keputusan bisnis dibuat oleh manajer harus sejalan dengan strategi bisnis (Arieftiara *et al*, 2013). Penelitian tentang strategi bisnis umumnya mengenai pengaruh strategi bisnis terhadap penghindaran pajak seperti penelitian yang dilakukan oleh Arieftiara *et al*, 2013. Penelitian ini menggunakan dua tipe strategi bisnis yaitu *prospector* dan *defender* (Arieftiara *et al*, 2013).

Strategi bisnis menjadi empat tipe yaitu *prospector*, *defender*, *analyzer*, dan *reactor*. Tipe strategi bisnis yang di dasarkan pada tingkat perubahan produk maupun pasar yang dialami oleh perusahaan akibat strategi yang diterapkannya (Asiah, 2014). *Prospector* dan *defender* adalah strategi yang paling dominan dan strategi yang sangat berbeda.

Perusahaan berstrategi *prospector* secara kontinu mencari peluang-peluang pasar baru dan secara regular bereksperimen dengan melakukan respon-respon potensial terhadap kecenderungan lingkungan yang timbul. Dengan demikian perusahaan yang termasuk dalam kategori ini sering merupakan *creator* perubahan dan ketidakpastian sehingga kompetitornya harus senantiasa merespon. Perusahaan berstrategi *defender* adalah perusahaan yang memiliki domain produk-market yang sempit. Manajemen puncak dalam organisasi tipe ini sangat ahli dalam membatasi daerah operasinya karena tidak cenderung mencari peluang baru yang keluar dari domainnya. Sebagai suatu hasil yang berfokus sempit, perusahaan perusahaan ini jarang membutuhkan penyesuaian penting dalam teknologinya, struktur, atau metode operasinya. Sebagai gantinya mereka mencurahkan perhatian utamanya kepada peningkatan efisiensi operasi.

Perusahaan berstrategi *analyzer* adalah perusahaan-perusahaan yang beroperasi dalam dua tipe domain produk market yang relatif stabil dan tetap melakukan perubahan-perubahan. Dalam areanya yang stabil, perusahaan berstrategi ini beroperasi secara rutin dan efisien melalui penggunaan struktur-struktur dan proses-proses yang terformulasi. Dalam areanya yang lebih turbulen, manajer puncak memperhatikan secara dekat ide-ide baru pesaingnya dan kemudian secara

cepat mengadopsinya. Perusahaan berstrategi *reactor* adalah perusahaan yang manajer puncaknya seringkali mempersepsikan bahwa telah terjadi perubahan dan ketidakpastian dalam lingkungan operasionalnya, tetapi tidak dapat merespon secara efektif. Karena tipe organisasi itu kurang konsisten mengenai hubungan antara strategi dan struktur, maka yang membuat penyesuaian yang dapat memberi kekuatan untuk melakukan seperti yang dilakukan oleh lingkungannya.

2.3.1 Keunggulan Bersaing

Keunggulan bersaing adalah kemampuan perusahaan untuk bekerja dalam satu cara atau lebih yang tidak dapat dilakukan atau disamai oleh perusahaan lain (Kotler *et al*, 2009). Keunggulan bersaing merupakan keuntungan yang diperoleh melalui penerapan strategi bersaing yang bertujuan untuk membangun posisi yang menguntungkan dan berkelanjutan terhadap kekuatan pasar yang menentukan persaingan industry (Lancaster, 2004). Strategi adalah alat yang sangat penting untuk mencapai keunggulan bersaing. Meningkatkan nilai pelanggan untuk menciptakan keunggulan bersaing yang berkelanjutan dicapai melalui pemilihan strategi yang tepat (Mowen *et al*, 2014).

2.3.2 *Prospector* dan *Defender*

Prospector dan *Defender* merupakan tipe strategi bisnis yang berada pada dua titik ekstrim yang berbeda, bahkan cenderung bertolak belakang (Habbe *et al*, 2001). *Analyzer* berada diantara *prospector* dan *defender*, dimana mempunyai karakteristik strategi *prospector* dan *defender* (Asiah, 2014). Sedangkan *reactor* tidak memiliki karakteristik perusahaan yang khas. Sesuai penelitian sebelumnya dalam manajemen dan akuntansi. Penelitian ini berfokus pada dua strategi yang berada pada dua titik ekstrim yang berbeda yaitu *prospector* dan *defender*. Perusahaan berstrategi *prospector* dalam menghadapi persaingan melakukan inovasi produk-produk baru dan memanfaatkan peluang yang ada sehingga peneluaran riset dan pengembangan serta *capital expenditure relative* lebih tinggi dibandingkan perusahaan berstrategi *defender* (Dwiatmajanti, 2013).

Mengemukakan bahwa ada dua karakteristik pertumbuhan perusahaan bertipologi *prospector* (Asiah, 2014), yaitu:

- a. Pertumbuhan sebagai hasil dari lokasi pasar baru dan pengembangan produk.
- b. Pertumbuhan dalam arti *rate of growth* yang tinggi.

Sedangkan perusahaan dengan strategi *defender* tidak secara cepat beradaptasi dengan lingkungan eksternalnya, sehingga perusahaan ini tidak menerapkan *first to market* sebagaimana perusahaan berstrategi *prospector*. Perusahaan berstrategi *defender* adalah perusahaan yang berusaha menempatkan dan mengelola pasar yang aman dengan produk *relative* lebih stabil atau area jasa. Mereka mencoba untuk melindungi domain produknya dengan menawarkan kualitas yang lebih tinggi, jasa yang superior atau harga yang lebih rendah. Maka cenderung mengabaikan perubahan industri yang tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap area operasi perusahaan saat ini, serta memiliki produk terbatas dan kurang melakukan pengembangan produk atau pasar. Perusahaan berstrategi *defender* biasanya lebih menekankan pada efisiensi dan kos rendah, lebih dari pesaingnya. Penekanan pada efisiensi terlihat pada pengontrolan biaya secara ketat, misalnya biaya-biaya riset dan pengembangan, pelayanan, dan biaya promosi diminimalisir, pencapaian *economy of scale production*, untuk mendapatkan kos per unit yang rendah (Puspita, 2018).

2.4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana diklasifikasikannya perusahaan menurut besar kecilnya. Besar kecilnya suatu perusahaan dapat di lihat dari jumlah pendapatan, total aset, jumlah karyawan dan total modal maka akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat (Mutia *el al*, 2011). Menurut Departemen Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia ukuran perusahaan terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Suatu perusahaan yang sudah mapan akan memiliki aktivitas yang lebih besar dan memiliki risiko atau tanggung jawab yang besar pula sesuai dengan aktivitas yang dilakukan. Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin dikenal masyarakat, yang berarti semakin mudah untuk mendapatkan informasi mengenai perusahaan (Mutia *el al*, 2011). Perusahaan berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih

luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek *cash flow* dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi pemerintah akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum.

2.5. Manajemen Laba

2.5.1. Pengertian Manajemen Laba

Manajemen laba adalah pilihan manajer dalam kebijakan akuntansinya untuk mencapai tujuan tertentu yang dapat meningkatkan kemampuannya sendiri dan meningkatkan harga pasar perusahaan (Scott, 2012). Manajemen laba terjadi ketika menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan dan transaksi untuk mengubah laporan keuangan sebagai dasar penilaian kinerja perusahaan yang bertujuan menyesatkan pemilik atau pemegang saham (*shareholders*), atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang mengandalkan angka-angka akuntansi yang dilaporkan (Sulistyanto, 2008).

Dari kedua definisi manajemen laba tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen laba muncul sebagai konsekuensi langsung dari upaya-upaya manajer atau pembuat laporan keuangan untuk melakukan manajemen informasi akuntansi, khususnya laba, demi kepentingan pribadi dana atau perusahaan. Manajemen laba itu sendiri tidak dapat diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Pada prinsipnya manajemen laba merupakan suatu cara dalam menyajikan informasi laba kepada publik yang sudah disesuaikan dengan *interest* atau kepentingan dari pihak manajer itu sendiri atau menguntungkan perusahaan.

2.5.2. Pola Manajemen Laba

Menurut Scott (2012) pola manajemen laba dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Taking a Bath

Pola ini terjadi selama periode-periode sulit perusahaan maupun ketika terjadi reorganisasi. Hal ini dilakukan dengan cara mengakui biaya-biaya periode dimasa mendatang dan melaporkan kerugian yang besar di periode berjalan. Dengan demikian, laba masa mendatang dapat diharapkan akan meningkat.

b. Income Minimization

Hal ini dilakukan pada saat perusahaan mengalami *profitabilitas* yang cukup tinggi. Hal ini bertujuan untuk mengantisipasi apabila laba pada tahun yang akan datang menurun secara drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya.

c. Income Maximixation

Hal ini dilakukan pada saat laba menurun, dengan tujuan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar maupun memenuhi perjanjian utang.

d. Income Smoothing

Hal ini dilakukan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba relative stabil.

2.5.3. Motivasi Manajemen Laba

Motivasi yang mendorong manajer untuk melakukan laba adalah sebagai berikut (Scott, 2012) :

a. Bonus Scheme

Manajer dengan rencana bonus akan menghindari metode akuntansi yang mungkin melaporkan net income lebih rendah dan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang dapat memaksimumkan laba.

b. Debt Covenant

Semakin dekat perusahaan dengan pelanggaran perjanjian hutang maka manajer akan cenderung melakukan manajemen laba dengan memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode

berjalan sehingga dapat mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami pelanggaran kontrak.

c. *Political Motivation*

Perusahaan seperti ini cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, khususnya selama periode dengan *profitabilitas* yang tinggi. Tindakan ini dilakukan untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah misalnya subsidi.

d. *Taxation Motivation*

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama mengapa perusahaan mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Dengan mengurangi laba yang dilaporkan maka perusahaan dapat meminimalkan besarnya pajak yang harus dibayarkan ke pemerintah.

e. *Chief Executive Officer*

CEO yang akan pensiun atau masa kontraknya akan berakhir akan melakukan strategi memaksimalkan jumlah pelaporan laba guna meningkatkan jumlah bonus yang diterima. Hal yang sama dilakukan oleh manajer dengan kinerja yang buruk.

f. *Initial Public Offering*

Pada saat melakukan IPO, informasi keuangan sangatlah penting dan dijadikan sebagai signal untuk para investor potensial terkait nilai perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan yang dibuat oleh para investor, maka manajer akan berusaha meningkatkan jumlah laba yang dilaporkan agar memperoleh harga yang lebih tinggi atas saham yang dijualnya.

2.5.4. Pengukuran Manajemen Laba

Pengukuran manajemen laba dapat dihitung dengan menggunakan pendekatan *revenue discretionary* model (Gultom, 2016). Berikut adalah formula dari *revenue discretionary* model (Stubben, 2010) :

a. Revenue Model

$$\Delta R_{it} = \alpha + \beta_1 \Delta R_{1-3it} + \beta_2 \Delta R_{4it} + e$$

b. Conditional Revenue Model

$$\Delta R_{it} = \alpha + \beta_1 \Delta R_{it} + \beta_2 \Delta R_{it} \times SIZE_{it} + \beta_3 \Delta R_{it} \times AGE_{it} + \beta_4 \Delta R_{it} \times AGE_SQ_{it} + \beta_5 \Delta R_{it} \times GRM_{it} + \beta_6 \Delta R_{it} \times GRM_SQ_{it} + e$$

Keterangan:

AR = piutang akhir tahun

R1_3 = pendapatan pada tiga kuartal pertama

R4 = pendapatan pada kuartal ke4

SIZE = natural log dari total aset akhir tahun

AGE = umur perusahaan (tahun)

GRM = margin kotor

_SQ = kuadrat dari variabel

e = error

2.6. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

N O	JUDUL PENELITIAN	PENELITI	VARIABEL	HASIL PENELITIAN
1.	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Struktur Kepemilikan Manajerial dan Manajemen Laba Terhadap Kinerja Perusahaan <i>Property</i> dan <i>Real Estate</i>	Yus Epi (2017)	- Ukuran Perusahaan - Struktur Kepemilikan Manajerial - Manajemen laba - Kinerja Perusahaan	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan, struktur kepemilikan manajerial (SKM) tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan, manajemen laba tidak mempunyai pengaruh terhadap kinerja perusahaan.
2.	Pengaruh Strategi Bisnis	Arini Mega	- Strategi bisnis	Hasil penelitian ini

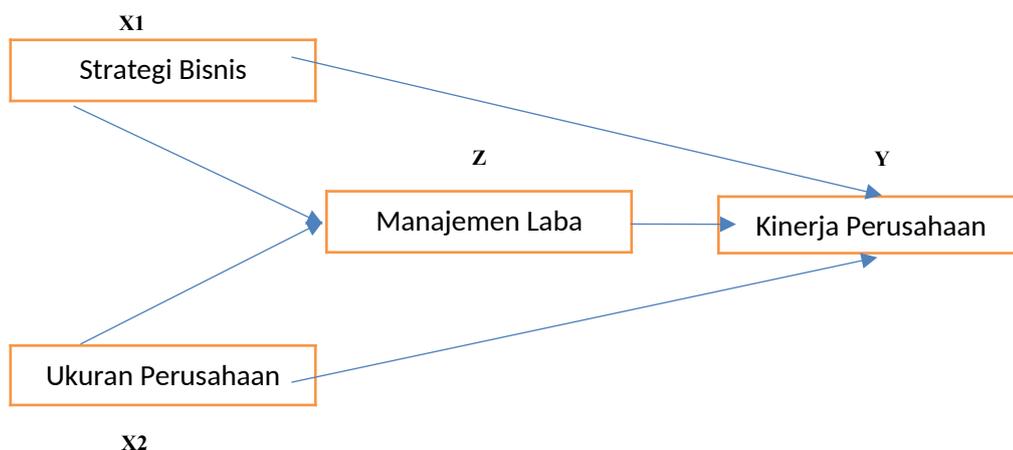
	terhadap kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai variabel Intervening	Puspita (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - Kinerja perusahaan - Manajemen laba 	menunjukkan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif terhadap manajemen laba, manajemen laba tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan, strategi bisnis berpengaruh terhadap kinerja perusahaan terdukung.
3.	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Empiris Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar di BEI Periode 2014-2017)	Ari Destriansyah (2018)	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Good Corporate Governance</i> - Ukuran Perusahaan - Kepemilikan Manajerial - Kepemilikan Institusional - Kinerja Perusahaan dan <i>Return On Assets (ROA)</i> 	Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa ukuran memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, kepemilikan manajerial memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan, kepemilikan institusional memiliki pengaruh negatif terhadap kinerja perusahaan, dewan komisaris memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan, dewan direksi memiliki pengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

4.	Pengaruh Implementasi <i>Good Corporate Governance</i> dan Strategi Bisnis terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus BUMN di Indonesia Tahun 2013-2018)	Ichwan Lazuardi Natapermana <i>et al</i> (2019)	<ul style="list-style-type: none"> - Customer Satisfaction Index - Good Corporate Governance - Kinerja perusahaan - Return on Equity - Strategi Bisni 	implementasi GCG memiliki pengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap kinerja keuangan perusahaan, sedangkan implementasi strategi bisnis memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja perusahaan.
----	--	---	--	--

2.7. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan beberapa teori dan temuan penelitian yang menguji Pengaruh Manajemen Laba dan Perencanaan Pajak terhadap Nilai Perusahaan Dimoderasi Diversitas Dewan Direksi. Maka bias dibuat bentuk model kerangka pemikiran seperti pada gambar berikut :

Gambar 2.1
Kernagka Pemikiran



2.8. Bangunan Hipotesis

Berdasarkan uraian tentang latar belakang, tujuan dan manfaat penelitian serta tinjauan pustaka, maka dalam penelitian ini peneliti merumuskan hipotesis serta akan dilakukan pengujian atas hipotesis tersebut untuk membuktikan apakah hipotesis terdukung atau tidak terdukung.

2.8.1. Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba

Teori keagenan menjelaskan bahwa agen sebuah perusahaan akan membuat keputusan yang cenderung menguntungkan kepentingan diri sendiri karena agen memiliki informasi yang lebih banyak dan lengkap tentang kondisi perusahaan. Manajer cenderung akan memaksimalkan kepentingan pribadinya dengan cara melakukan manajemen laba atau manipulasi laba dimana lingkungan dan strategi bisnis dapat memotivasi manajemen untuk melakukan hal itu (Puspita, 2018). Hal ini membuktikan bahwa strategi bisnis berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Sama halnya dengan penelitian dari Kristanto *et al*, 2019 menunjukkan bahwa strategi bisnis perusahaan memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Artinya, semakin besar perusahaan menerapkan atau menggunakan strategi kepemimpinan biaya maka tingkat kecenderungan manajemen laba perusahaan juga semakin besar. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan dengan strategi bisnis kepemimpinan biaya memiliki kecenderungan lebih tinggi untuk melibatkan manajemen laba dibandingkan perusahaan yang menggunakan strategi *diferensiasi* diterima. Perusahaan dengan strategi kepemimpinan biaya fokus pada efisiensi biaya produksi, penyaluran barang dan layanan.

Strategi kepemimpinan biaya menciptakan keunggulan kompetitif dengan mencapai biaya produksi yang lebih rendah daripada pesaingnya. Untuk mencapai target biaya tertentu, perusahaan perlu untuk melakukan efisiensi dalam kegiatan operasional mereka agar dapat memproduksi dan menjual produknya dengan biaya lebih rendah dibandingkan para pesaingnya. Strategi ini membutuhkan standar produk dan proses produksi yang panjang, yang seringkali melibatkan investasi dalam teknologi produksi skala besar.

Perusahaan dengan strategi kepemimpinan biaya memiliki margin laba yang cenderung lebih rendah dibandingkan perusahaan dengan strategi diferensiasi dan kemungkinan mengalami kesulitan pendanaan dari bisnis internal mereka. Ketatnya persaingan antar perusahaan serta margin laba yang cenderung rendah menyebabkan perusahaan membutuhkan pendanaan dari eksternal untuk membiayai bisnis mereka sehingga manajer akan mendapat tekanan yang lebih untuk melibatkan manajemen laba untuk menarik minat investor.

Berdasarkan argument di atas tersebut maka hipotesis pertama dinyatakan sebagai berikut:

H1 : Strategi Bisnis Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Laba

2.8.2. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Terdapat berbagai proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan, yaitu jumlah karyawan, total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar aset maka semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula yang dikenal dalam masyarakat (Sudarmadji *et al*, 2007).

Perusahaan yang berukuran besar biasanya memiliki peran sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas. Hal ini membuat berbagai kebijakan perusahaan besar akan memberikan dampak yang besar terhadap kepentingan publik dibandingkan perusahaan kecil. Perusahaan yang besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga mereka lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan, sehingga berdampak perusahaan tersebut harus melaporkan kondisinya lebih akurat. Choutrou *et al*, 2001 menemukan bahwa ukuran perusahaan di Amerika Serikat berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Berbeda halnya dengan penelitian dari Henny Medyawati *et al*, 2016 menyatakan bahwa ukuran perusahaan yang berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini dapat dijelaskan bahwa terdapat karakteristik yang spesifik pada investasi di perusahaan-perusahaan di sektor properti dan *real estate*, yaitu kecenderungan harga tanah yang semakin tinggi sehingga minat investasi akan terus meningkat. Praktik manajemen laba di sektor ini cenderung tidak menjadi perhatian *public*. Kondisi perekonomian selama rentang waktu penelitian menunjukkan pertumbuhan sektor peroperti dan *real estate* yang *relatif* pesat, sehingga meningkatkan kepercayaan *investor* dan konsumen untuk tetap melakukan investasi di sektor ini.

Berdasarkan argument di atas tersebut maka hipotesis kedua dinyatakan sebagai berikut:

H2 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Laba

2.8.3. Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan

Manajer suatu perusahaan memberikan informasi melalui laporan keuangan bahwa mereka mengungkapkan informasi yang lebih lengkap yang menghasilkan laba yang lebih berkualitas. Informasi yang diterima oleh investor terlebih dahulu diterjemahkan sebagai sinyal yang baik (*good news*) atau sinyal yang jelek (*bad news*). Pihak-pihak yang berkepentingan tersebut menilai apabila kinerja perusahaan yang dilaporkan baik maka keadaan internal perusahaan pun dalam keadaan yang baik. Keadaan internal perusahaan tersebut dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah strategi bisnis yang dipakai perusahaan. Houqe *et al*, (2013) mendefinisikan strategi sebagai determinasi dari tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan.

Hasil penelitian Oyedijo *et al*, (2012) memberikan bukti bahwa perusahaan berstrategi *prospector* memiliki kinerja perusahaan terbaik, sedangkan perusahaan berstrategi *defender* memiliki kinerja perusahaan terburuk. Hal ini dikarenakan perusahaan berstrategi *prospector* memanfaatkan pertumbuhan dengan lebih inovatif, berani berinvestasi pada risiko yang tinggi, dan memasuki pasar baru

untuk meningkatkan pertumbuhannya yang akan mendorong kepada *profitabilitas* yang tinggi sehingga kinerja perusahaan juga akan tinggi.

Saat ini, beberapa studi yang telah dilakukan berkaitan dengan strategi bisnis bertujuan untuk mengembangkan pemahaman tentang hubungan penerapan strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan. Perbedaan pada kinerja di berbagai macam tipe strategi terjadi karena adanya nature lingkungan yang bervariasi. Pengukuran kinerja yang berbeda juga sangat mempengaruhi perbedaan tersebut (Anwar *et al*, 2016). Sebagai contoh, *current profitability* yang dihasilkan oleh *defenders* dapat mengungguli *prospectors*. Di sisi lain, *prospectors* juga dapat mengungguli *defenders* dalam hal *market share* (Hambrick, 1983). Beberapa studi menunjukkan bahwa *defenders*, *analyzers*, dan *prospectors* jauh mengungguli *reactors* (Spillan, 2012).

Berdasarkan dengan asumsi tersebut maka hipotesis yang ketiga dinyatakan sebagai berikut :

H3 : Strategi Bisnis Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Perusahaan

2.8.4. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Kinerja Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan hal yang penting dalam proses pelaporan keuangan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan melihat seberapa besar asset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan ini menggambarkan hak & kewajiban serta permodalan perusahaan. Ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan. Perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, tetapi disisi lain, perusahaan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar.

Destriansyah (2018) dalam penelitiannya menemukan bukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja perusahaan. Ukuran perusahaan merupakan kekuatan finansial yang dimiliki oleh sebuah perusahaan dimana semakin besar aset yang dimiliki oleh perusahaan maka akan semakin

mendapat perhatian di mata masyarakat. Besarnya aset yang dimiliki oleh perusahaan dapat dilihat dari banyaknya kantor cabang, banyaknya dividen yang dibagikan kepada pemegang saham yang secara otomatis menciptakan citra dan reputasi yang baik di mata masyarakat. Dengan begitu, perusahaan akan termotivasi untuk selalu mempertahankan kinerja perusahaan. Perusahaan dengan aset besar biasanya akan mendapatkan perhatian lebih dari masyarakat. Hal ini akan menyebabkan perusahaan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangannya. Perusahaan diharapkan akan selalu berusaha menjaga stabilitas kinerja keuangan mereka. Pelaporan kondisi keuangan yang baik ini tentu tidak serta merta dapat dilakukan tanpa melalui kinerja yang baik dari semua lini perusahaan.

Berdasarkan argumen dan penelitian terdahulu tersebut maka hipotesis keempat dinyatakan sebagai berikut:

H4 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Perusahaan

2.8.5. Pengaruh Manajemen Laba terhadap Kinerja Perusahaan

Manajemen selaku pengelola perusahaan memiliki informasi tentang perusahaan lebih banyak dan lebih dahulu dari pada pemilik perusahaan sehingga terjadi asimetri informasi yang memungkinkan manajemen melakukan praktek akuntansi dengan orientasi pada laba untuk mencapai suatu kinerja tertentu (Herawati, 2007).

Pilihan metode akuntansi yang secara sengaja dipilih oleh manajemen untuk tujuan tertentu dikenal dengan sebutan manajemen laba atau earnings management (Halim *et al*, 2009). Adanya kepentingan dan asimetri informasi yang terjadi maka manajer akan berusaha untuk meyakinkan pemilik perusahaan bahwa terjadi peningkatan laba diperusahaan tersebut sebagaimana yang diinginkan oleh pemilik perusahaan, dengan mengubah atau memilih metode akuntansi secara sengaja untuk dapat menggambarkan laporan keuangan yang baik kepada pemilik perusahaan. Sehingga manajemen laba berpengaruh positif terhadap kinerja perusahaan.

Manajemen Laba dapat mempengaruhi Kinerja Perusahaan sesuai dengan hasil penelitian Santoso *et al*, 2017 yang menyatakan bahwa manajemen laba berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan, serta penelitian Prasetyo *et al*, 2017 membuktikan bahwa manajemen laba berpengaruh positif terhadap Kinerja Perusahaan.

Berdasarkan argumen dan penelitian terdahulu tersebut maka hipotesis kelima dinyatakan sebagai berikut:

H5 : Manajemen Laba Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Perusahaan

2.8.6. Pengaruh Strategi Bisnis berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai variabel Intervening

Salah satu alat untuk mengukur kinerja perusahaan adalah melalui laporan keuangan. Hasil dari laporan keuangan dapat digunakan oleh manajemen, pemegang saham, dan regulator untuk menilai kualitas laba perusahaan. Besarnya laba yang dihasilkan perusahaan merupakan salah satu pengukuran yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen.

Hal ini memicu manajer untuk melakukan perilaku menyimpang yang dikenal sebagai manajemen laba. Manajemen laba merupakan usaha manajer yang disengaja untuk memanipulasi laporan keuangan dalam batasan-batasan yang diperbolehkan oleh prinsip-prinsip akuntansi dengan tujuan untuk memberikan informasi yang menyesatkan para pengguna laporan keuangan untuk kepentingan manajer (Gill *e al*, 2013).

Berdasarkan penelitian dari Darsun (2019) menghasilkan bahwa strategi bisnis terhadap kinerja perusahaan melalui manajemen laba sebagai variabel intervening berpengaruh signifikan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel manajemen laba dapat mengintervening antara variabel Strategi Bisnis terhadap kinerja perusahaan. Hal ini dikarenakan manajemen laba merupakan variabel intervening bagi strategi bisnis dan kinerja perusahaan namun sebagai variabel langsung dari

kinerja perusahaan. Selain itu, ada beberapa hal yang memotivasi individu atau perusahaan untuk melakukan manajemen laba. Termasuk, motivasi bonus, motivasi utang, motivasi pajak, motivasi penjualan saham, motivasi untuk mengubah dewan direksi dan motivasi politik. Memilih strategi bisnis yang baik tidak dapat juga menjamin akan meningkatnya kinerja perusahaan karena pelaporan kinerja perusahaan adalah dalam bentuk laporan keuangan yang disiapkan oleh akuntan namun dapat dimanipulasi oleh manajer melalui manajemen laba.

Berdasarkan argument di atas tersebut maka hipotesis keenam dinyatakan sebagai berikut:

H6 : Strategi Bisnis Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening

2.8.7. Pengaruh Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap Kinerja Perusahaan dengan Manajemen Laba sebagai variabel Intervening

Ukuran perusahaan sangat penting dalam pelaporan keuangan dan juga ukuran perusahaan akan berpengaruh terhadap perkembangan perusahaan. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini diukur dengan melihat seberapa besar aset yang dimiliki oleh sebuah perusahaan. Aset yang dimiliki perusahaan ini menggambarkan hak & kewajiban serta modalan perusahaan. Perusahaan besar pada dasarnya memiliki kekuatan finansial yang lebih besar dalam menunjang kinerja, tetapi disisi lain, perusahaan dihadapkan pada masalah keagenan yang lebih besar (Darmawati, 2004).

Menurut *Statement of Financial Accounting Concept (SFAC) No 1*. Informasi laba merupakan perhatian utama untuk menaksir kinerja atau pertanggung jawaban manajemen. Selain itu informasi laba juga membantu pemilik atau pihak lain dalam menaksirkan *earnings power* perusahaan di masa yang akan datang. Laba yang dilaporkan berpengaruh kuat terhadap kegiatan perusahaan dan keputusan yang dibuat manajemen (Mulford *et al*, 2012). Laba merupakan cerminan kinerja perusahaan yang dapat dikelola secara efisien dan oportunistis.

Secara efisien artinya dikelola untuk meningkatkan informasi, dan secara oportunistik artinya untuk meningkatkan laba sesuai dengan yang diinginkan dan menguntungkan pihak-pihak tertentu (Suryani, 2010). Untuk menunjukkan prestasi perusahaan dalam menghasilkan laba, manajemen cenderung mengelola laba secara oportunistik dan melakukan manipulasi laporan keuangan.

Menurut penelitian dari Mahaputeri (2015) menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap kinerja perusahaan. Hasil penelitian ini sejalan dengan Fachrudin (2011) yang menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap kinerja perusahaan (ROE). Hal ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan bukanlah jaminan perusahaan memiliki kinerja yang baik.

Menurut penelitian dari Mahaputeri (2015) menyatakan bahwa variabel ukuran perusahaan (*size*) terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba, karena dipandang kritis oleh pihak luar. Di mana jika manajemen laba oportunistik maka semakin besar perusahaan semakin kecil manajer melakukan manajemen laba, tetapi jika manajemen laba efisien (meningkatkan keinformasian laba dalam mengkomunikasikan informasi privat) maka semakin besar ukuran perusahaan semakin besar pula manajer melakukan manajemen laba. Penelitian ini konsisten dengan penelitian Siregar (2005) dalam penelitiannya menemukan bahwa variabel ukuran perusahaan yang diproses dengan *Natural Logaritma Market Capitalization* yaitu jumlah lembar saham yang beredar pada akhir tahun dikalikan dengan harga saham penutupan akhir tahun yang hasilnya kemudian di log, secara konsisten mempunyai pengaruh negatif yang signifikan terhadap besaran manajemen laba yang dilakukan perusahaan, artinya semakin besar ukuran perusahaan maka semakin kecil pengelolaan labanya.

Maka dari itu peneliti menghipotesis bahwa dalam ukuran perusahaan terhadap kinerja perusahaan melalui manajemen laba sebagai variabel intervening di

buktikan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan. Ukuran perusahaan ke kinerja perusahaan ini membuktikan bahwa semakin banyak jumlah aset (ukuran perusahaan) maka akan semakin banyak pengaruh manajemen dalam memajemen laba yang akan dilakukan perusahaan (Priantinah, 2012).

Berdasarkan argument di atas tersebut maka hipotesis ketujuh dinyatakan sebagai berikut:

H7 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Positif Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening