

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Landasan Teori**

##### **2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

*Theory Agency* menggambarkan suatu perusahaan dengan suatu titik temu antara pemilik perusahaan atau *principal* dengan manajer atau *agent* yang memiliki hubungan kontraktual. Menurut Jensen dan Meckling dalam Rahmawati, dkk (2006) menyatakan bahwa hubungan keagenan merupakan sebuah kontrak yang terjadi antara manajer (*agent*) dengan pemilik perusahaan (*principal*). Wewenang dan tanggung jawab *agent* maupun *principal* diatur dalam kontrak kerja atas persetujuan bersama.

*Theory Agency* 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). Menurut Anthony dan Govindarajan (1995) dalam Nugrohohadi (2013) menyatakan bahwa konsep *agency theory* adalah hubungan atau kontrak yang terjadi antara *principal* dan *agent*. *Principal* mempekerjakan *agent* untuk kepentingan *principal*, termasuk pendelegasian otoritas pengambilan keputusan dari *principal* kepada *agent*. Pada perusahaan yang modalnya terdiri atas saham, pemegang saham bertindak sebagai *principal*, dan CEO sebagai *agent* mereka untuk bertindak sesuai dengan kepentingan *principal*. *Agency theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pihak *principal* termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan profitabilitas perusahaannya yang selalu meningkat. 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*). Menurut Ujianto dan Bambang (2007) teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia, yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*)
2. Manusia memiliki daya pikir yang terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*bounded rationality*).
3. Manusia selalu menghindari risiko (*risk adverst*). Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut sebagai manajer akan bertindak *opportunistic*, yaitu mementingkan kepentingan pribadinya.

Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut, manajer sebagai manusia akan bertindak *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya. *Agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Konflik kepentingan semakin meningkat terutama karena *principal* tidak dapat memonitor aktivitas CEO sehari-hari untuk memastikan bahwa CEO bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham. *Principal* tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja *agent*. *Agent* mempunyai lebih banyak informasi mengenai perusahaan secara keseluruhan. Hal inilah yang mengakibatkan adanya ketidakseimbangan informasi yang dimiliki oleh *principal* dan *agent* (Nasution dan Doddy, 2007). Ketidak seimbangan informasi inilah yang disebut dengan asimetri informasi. Adanya asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri, mengakibatkan *agent* memanfaatkan adanya asimetri informasi yang dimilikinya untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui *principal*. Hal ini dapat memacu *agent* untuk memikirkan bagaimana angka akuntansi tersebut dapat digunakan sebagai sarana untuk memaksimalkan kepentingannya. Tindakan *agent* tersebut bisa disebut praktik manajemen laba (*earning management*).

### 2.1.2 *Positive Accounting Theory*

Perkembangan teori akuntansi positif tidak dapat dilepaskan dari ketidakpuasan praktisi terhadap teori normatif. Selanjutnya dinyatakan bahwa dasar pemikiran untuk menganalisa teori akuntansi dalam pendekatan normatif terlalu sederhana dan tidak memberikan dasar teoritis yang kuat. Terdapat tiga alasan mendasar terjadinya pergeseran pendekatan normatif ke positif yaitu (Watt dan Zimmerman, 1986) dalam Ghozali dan Chariri, (2007):

1. Ketidakmampuan pendekatan normatif dalam menguji teori secara empiris, karena didasarkan pada premis atau asumsi yang salah sehingga tidak dapat diuji keabsahannya secara empiris.
2. Pendekatan normatif lebih banyak berfokus pada kemakmuran investor secara individual daripada kemakmuran masyarakat luas.
3. Pendekatan normatif tidak mendorong atau memungkinkan terjadinya alokasi sumber daya ekonomi secara optimal di pasar modal. Hal ini mengingat bahwa dalam sistem perekonomian yang berdasarkan pada mekanisme pasar, informasi akuntansi dapat menjadi alat pengendali bagi masyarakat dalam mengalokasi sumber daya ekonomi secara efisien.

*Positive accounting theory* menganut paham maksimisasi kemakmuran (*wealth-maximisation*) dan kepentingan pribadi individu (Ghozali dan Chariri, 2007). Terdapat tiga hipotesis dalam teori ini yang dapat menjelaskan keputusan manajemen untuk bertindak konservatif atau tidak. Hipotesis-hipotesis tersebut ialah:

1. Hipotesis rencana bonus (*Bonus Plan Hypothesis*), dalam keadaan ceteris paribus para manajer perusahaan dengan rencana bonus akan lebih memungkinkan untuk memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang atau dikenal dengan *income smoothing*. Dengan hipotesis tersebut apabila manajer dalam sistem penggajiannya sangat tergantung pada bonus akan cenderung untuk memilih metode akuntansi yang dapat memaksimalkan gajinya. Berdasarkan *plan bonus hypothesis*, manajer seringkali berperilaku seiring dengan bonus

yang diberikan (Alfina, 2006). Oleh karena itu manajemen cenderung melakukan manajemen laba agar target laba terpenuhi. Tindakan manajemen laba membuat pelaporan laba cenderung optimis atau tidak konservatif, sehingga *earning conservatism* menjadi rendah.

2. Hipotesis perjanjian hutang (*Debt Covenant Hypothesis*), dalam keadaan ceteris paribus manajer perusahaan yang mempunyai ratio *leverage* (*debt/equity*) yang besar akan lebih suka memilih prosedur akuntansi yang dapat menggantikan pelaporan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang. Dengan memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan pengakuan laba untuk periode mendatang ke periode sekarang maka perusahaan akan mempunyai *leverage ratio* yang kecil. Seperti diketahui bahwa banyak perjanjian hutang mensyaratkan peminjam untuk mematuhi atau mempertahankan rasio hutang atas modal, modal kerja, ekuitas pemegang saham, dan sebagainya selama masa perjanjian. Jika perjanjian tersebut dilanggar perjanjian hutang mungkin memberikan penalti, seperti kendala dalam pinjaman tambahan. *Debt covenant hypothesis* memprediksikan bahwa manajer ingin meningkatkan laba dan aset untuk mengurangi biaya renegotiasi kontrak utang ketika perusahaan memutuskan perjanjian utangnya (Sari dan Adhariani, 2009). Keinginan manajer untuk meningkatkan laba dan aset juga dikarenakan kreditor akan lebih menyukai perusahaan yang mempunyai cukup aset untuk menutup hutang-hutangnya (Watts, 2003). Dalam *debt covenant hypothesis*, tingkat konservatisme dalam pelaporan laba akan berkurang karena manajer cenderung akan menaikkan laba agar ia memperoleh *potential loan* dari kreditor.
3. Hipotesis biaya politik (*Political Cost Hypothesis*), dalam keadaan ceteris paribus semakin besar biaya politik perusahaan, semakin mungkin manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang menanggukkan pelaporan laba periode sekarang ke periode mendatang. Hipotesis ini berdasarkan asumsi bahwa perusahaan dengan biaya politik yang besar lebih sensitif dalam hubungannya untuk mentransfer kemakmuran yang mungkin lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang biaya politiknya kecil. Dengan kata

lain perusahaan besar cenderung lebih suka menurunkan atau mengurangi laba yang dilaporkan dibandingkan perusahaan kecil. Dalam *political cost hypothesis*, perusahaan besar diprediksikan lebih sensitif terhadap adanya biaya politik daripada perusahaan kecil (Watts dan Zimmerman, 1990 dalam Sari dan Adhariani, 2009). Biaya politik sendiri timbul dari adanya konflik kepentingan antara manajer dengan pemerintah, dimana perusahaan dianggap ikut bertanggung jawab atas kepentingan sosial masyarakat (Sari dan Adhariani, 2009). Salah satu kebijakan pemerintah yang untuk hal tersebut adalah kewajiban membayar pajak. Semakin besar tingkat pendapatan atau penjualan perusahaan membuat semakin tinggi pula pajak yang harus dibayar. Oleh karena itu, untuk menghindari tingginya pajak manajemen akan cenderung untuk melaporkan laba yang rendah, sehingga dapat dikatakan bahwa terjadi pelaporan laba yang konservatif.

## **2.2 Manajemen Laba**

Menurut (Scott: 2009) Manajemen laba merupakan keputusan manajer untuk memilih kebijakan akuntansi tertentu yang dianggap bisa mencapai tujuan yang diinginkan, baik itu untuk meningkatkan laba atau mengurangi kerugian yang dilaporkan. Menurut Wilk et al (2007) dalam Zulia, dkk (2013) manajemen laba merupakan suatu cara bagi manajemen untuk melakukan intervensi dalam penentuan laba perusahaan. Manajemen laba bisa dilakukan untuk tujuan pribadi.

Scott (2009) dalam Zulia, dkk (2013) membagi definisi manajemen laba menjadi dua, yaitu: definisi sempit dan definisi luas. Pada definisi sempit, manajemen laba dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Manajemen laba dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya laba. Sedangkan dalam definisi luas manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi laba yang) dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomi jangka panjang.

Penggunaan pengukuran dasar akrual sangat penting untuk diperhatikan dalam mendeteksi ada tidaknya manajemen laba dalam perusahaan. Total akrual adalah selisih antara laba dana arus kas yang berasal dari aktivitas operasi. Total akrual dapat dibebankan 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 yang merupakan manipulasi data akuntansi yang disebut dengan *abnormal accruals* atau *discretionary accruals* (Luhglatno, 2008).

Terdapat berbagai motivasi yang melatarbelakangi manajer dalam melakukan praktik manajemen laba. Seperti yang dikemukakan oleh Scott (2006) dalam Luhglatno (2008) menyatakan berbagai motivasi manajer perusahaan melakukan manajemen laba, yaitu:

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. Ada dua pendekatan yang dapat ditempuh oleh manajer dalam mengendalikan laba, yaitu: mengendalikan *accruals*, yaitu meliputi penghasilan (*revenue*) dan beban (*expenses*) dalam perhitungan rugi yang tidak mempengaruhi *cash flows* dan dengan merubah kebijakan akuntansi.

2. *Debt Covenant*

Kontrak hutang jangka panjang merupakan perjanjian untuk melindungi pemberi pinjaman lender atau kreditor dari tindakan-tindakan manajer terhadap kepentingan kreditor, seperti deviden yang berlebihan, pinjaman tambahan, atau membiarkan modal kerja dan kekayaan pemilik berada di bawah tingkat yang telah ditentukan, yang mana semuanya menurunkan keamanan (atau menaikkan risiko) bagi kreditor yang telah ada. Kontrak ini didasarkan pada pada teori akuntansi postif (PAT), yakni hipotesis *debt*

*convenant*, yang menyatakan bahwa semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang, manajer akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang dapat “memindahkan” laba periode mendatang ke periode berjalan.

### 3. *Political Motivation*

Aspek politis tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri strategis, karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak. 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*

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama mengapa perusahaan mengurangi laba bersih yang dilaporkan. Sebagai contoh, untuk persediaan, perusahaan akan memilih metode akuntansi LIFO, yang menghasilkan laba bersih paling rendah dibandingkan metode lainnya.

### 5. Pergantian CEO

Beragam motivasi timbul di sekitar 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.

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

Pada hakikatnya, perusahaan yang baru pertama kali menawarkan sahamnya di pasar modal belum mempunyai harga pasar sehingga memiliki masalah bagaimana menetapkan nilai saham yang akan ditawarkan. Oleh karena itu, untuk tawar menawar, informasi keuangan yang terdapat dalam prospektus

merupakan sumber informasi yang sangat berguna. Secara analitikal, informasi seperti laba bersih dapat dibagi sebagai sinyal kepada investor tentang “nilai” perusahaan. Jadi, hal ini memunculkan kemungkinan bahwa pihak manajemen perusahaan yang *go public* melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya.

Adapun teknik manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000) dalam Devi (2012), tiga teknik dalam melakukan manajemen laba adalah:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

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

2. Mengubah metode akuntansi

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

3. Menggeser periode biaya dan pendapatan

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

Pola manajemen laba menurut Scott (2000) dapat dilakukan dengan cara:

1. *Taking a Bath*

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



## 2. *Income Minimization*

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

## 3. *Income Maximization*

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

## 4. *Income Smoothing*

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

### **2.3 Motivasi Manajer**

Perilaku manajemen laba dapat dijelaskan melalui *Positive Accounting Theory* (PAT) dan *Agency Theory*. Scott (2006) mengemukakan beberapa motivasi manajer dalam melakukan manajemen laba:

Pertama *Bonus Purpose*. Adanya asimetri informasi antara manajer dengan investor berkenaan dengan laba bersih yang akan dilaporkan dalam laporan keuangan, dimana pihak manajer mempunyai informasi lebih sebelum dilaporkan dalam laporan keuangan sedangkan pihak luar dan investor tidak bisa mengetahui sampai mereka membaca laporan keuangan tersebut. Oleh karena itu, manajer perusahaan akan berusaha untuk mengatur tingkat laba bersih berdasarkan kontrak perjanjian mereka dengan perusahaan sehingga dapat memaksimalkan tingkat bonus yang mereka terima. Motivasi bonus merupakan dorongan manajer perusahaan dalam melaporkan laba yang diperolehnya untuk memperoleh bonus yang dihitung atas dasar laba tersebut. Jika besarnya bonus tergantung pada besarnya laba, maka manajer dapat meningkatkan bonusnya dengan meningkatkan laba setinggi mungkin. Misalkan, manajer memilih metoda

penyusutan garis lurus dan bukannya penyusutan berganda karena metoda penyusutan garis lurus menghasilkan biaya penyusutan yang lebih rendah dan laba yang tinggi pada masa awal penyusutan. Dengan demikian, diperkirakan bahwa manajer dari perusahaan yang mempunyai paket bonus akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang memingkatkan laba tahun berjalan. Alasannya adalah tindakan seperti itu mungkin akan meningkatkan persentase nilai bonus jika tidak ada penyesuaian untuk metoda yang dipilih.

*Kedua, Political Motivations.* Perusahaan besar yang aktivitasnya berhubungan dengan publik atau perusahaan yang bergerak dalam industri strategis seperti minyak dan gas akan sangat mudah untuk diawasi. Perusahaan seperti ini cenderung untuk mengelola labanya. Pada periode kemakmuran perusahaan menggunakan prosedur dan praktik-praktik akuntansi yang meminimalkan laba bersih perusahaan. Sebaliknya, publik akan mendorong pemerintah untuk meningkatkan peraturan untuk menurunkan profitabilitas mereka. Motivasi biaya politik merupakan motivasi manajemen dalam menyiasati berbagai regulasi pemerintah. Perusahaan yang terbukti menjalankan praktik pelanggaran terhadap regulasi *anti trust* dan anti monopoli, manajernya melakukan manipulasi laba dengan menurunkan laba yang dilaporkan. Hipotesis biaya politik ini menyatakan bahwa pada perusahaan yang besar yang memiliki biaya politik tinggi, manajer akan lebih memilih metoda akuntansi yang menanggihkan laba yang dilaporkan dari periode sekarang ke periode masa mendatang sehingga dapat memperkecil laba yang dilaporkan. Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen.

Walaupun manajer tidak dapat melakukan perubahan metoda akuntansi secara sering, mereka dapat melakukan dengan bentuk bentuk perubahan akuntansi lain yang berbeda baik secara individu maupun bersama sama untuk beberapa periode. Bukti empiris menunjukkan bahwa perusahaan perusahaan besar cenderung memilih metoda akuntansi yang menurunkan keuntungan (biasanya berbasis pada *political cost hypothesis*), perusahaan perusahaan yang sedang menghadapi kesulitan hutang cenderung untuk memilih metoda akuntansi yang meningkatkan

keuntungan (biasanya berbasis pada *debt-equity hypothesis*), dan manajer yang bekerja di perusahaan yang menerapkan aturan bonus akan memilih metoda akuntansi yang bisa meningkatkan keuntungan (biasanya berbasis *bonus-plan hypothesis*)

*Ketiga, Debt Covenants Motivations.* Motivasi *debt covenant* merupakan praktik manajemen laba berlaku umum. Ada pandangan bahwa manajemen laba dianggap sebagai sesuatu yang pantas dilakukan oleh manajer, karena dimotivasi untuk mencari pendanaan perusahaan dan terkesan bahwa perusahaan kesulitan menjual sahamnya di pasar modal. *Debt covenant* atau perjanjian utang adalah perjanjian untuk melindungi kreditor dari risiko kegagalan pembayaran utang, seperti ekuitas yang menurun tajam di bawah tingkat yang ditentukan. Dengan kata lain, *debt covenant* berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi perusahaan di dalam perjanjian utang. Janes (2006) menyatakan bahwa *debt covenant* merupakan suatu mekanisme yang digunakan *lenders* untuk melihat kesehatan keuangan peminjam utang. Hipotesis *debt covenant* ini menyebutkan bahwa pada perusahaan yang mempunyai rasio *debt to equity* besar, manajer perusahaan tersebut cenderung menggunakan metoda akuntansi yang akan meningkatkan pendapatan maupun laba. Manajer dalam menyikapi adanya pelanggaran atas perjanjian hutang yang telah jatuh tempo, akan berupaya menghindarinya dengan memilih kebijakan akuntansi yang menguntungkan dirinya. sehingga masalah finansial dapat diketahui sebelum pembayaran pinjaman kembali berisiko.

Tiga hipotesis tersebut menunjukkan bahwa teori akuntansi positif mengakui adanya 3 hubungan keagenan, yaitu (1) antara manajemen dengan pemilik, (2) antara manajemen dengan kreditor, (3) antara manajemen dengan pemerintah (Chariri dan Ghozali, 2007). Masalah keagenan muncul disebabkan karena adanya asimetri informasi antara agen dan prinsipal, dimana agen lebih banyak mempunyai informasi dibandingkan prinsipal sehingga memungkinkan adanya moral hazard. Pada penelitian ini motivasi manajer melakukan praktik manajemen laba diukur menggunakan rasio *debt to equity*, dikarenakan menurut Scott (2006) Semakin tinggi rasio utang terhadap ekuitas suatu perusahaan, yang ekuivalen

dengan semakin dekatnya (yaitu semakin ketat) perusahaan terhadap kendala-kendala dalam perjanjian utang dan semakin besar kemungkinan pelanggaran perjanjian, semakin mungkin manajer untuk menggunakan metoda-metoda akuntansi yang meningkatkan *income*.

Pada umumnya perusahaan peminjam berjanji untuk mempertahankan rasio-rasio akuntansi seperti rasio utang terhadap modal, cakupan bunga, dan modal kerja pada tingkatan tertentu. Jika perjanjian tersebut dilanggar, maka perusahaan akan dikenakan sanksi seperti pembatasan atas pembayaran dividen atau penambahan utang. Pada intinya, sanksi tersebut akan membatasi tindakan manajer dalam mengelola perusahaannya. Karena laba yang tinggi pada umumnya akan mengurangi kemungkinan terjadinya pelanggaran syarat perjanjian, maka untuk menghindari terjadinya pelanggaran, manajer akan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang meningkatkan laba. Kecenderungan ini akan semakin meningkat dengan meningkatnya kemungkinan perusahaan melanggar syarat perjanjian.

#### **2.4 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 (Rina dkk, 2011).

Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemilik (pemegang saham). Oleh karena itu sebagai pengelola, manajer berkewajiban memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti

laporan keuangan. Laporan keuangan dimaksudkan untuk digunakan oleh berbagai pihak, termasuk manajemen perusahaan itu sendiri. Namun yang paling berkepentingan dengan laporan keuangan sebenarnya adalah para pengguna eksternal (diluar manajemen). Laporan keuangan tersebut penting bagi para pengguna eksternal terutama sekali karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya (Ali, 2002). Para pengguna internal (para manajemen) memiliki kontak langsung dengan entitas atau perusahaannya dan mengetahui peristiwa-peristiwa signifikan yang terjadi, sehingga tingkat ketergantungannya terhadap informasi akuntansi tidak sebesar para pengguna eksternal.

*Agency theory* mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (*agent*) dengan pemilik (*principal*). *Agency theory* memiliki asumsi bahwa masing-masing individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan diri sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara *principal* dan *agent*. Pemegang saham sebagai pihak *principal* mengadakan kontrak untuk memaksimalkan kesejahteraan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer sebagai *agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi (Nasution dan Doddy, 2007). Masalah keagenan muncul karena adanya perilaku oportunistik dari *agent*, yaitu perilaku manajemen untuk memaksimalkan kesejahteraan sendiri yang berlawanan dengan kepentingan *principal*. Manajer memiliki dorongan untuk memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat memperlihatkan kinerjanya yang baik untuk tujuan mendapatkan bonus dari *principal*.

Asimetri informasi sangat berkaitan erat dengan praktik manajemen laba. Asimetri informasi yang terjadi antara manajer dengan pemegang saham sebagai pengguna laporan keuangan menyebabkan pemegang saham tidak dapat mengamati seluruh kinerja dan prospek perusahaan secara sempurna. Dalam situasi dimana pemegang saham memiliki informasi yang lebih sedikit daripada manajer, manajer dapat memanfaatkan fleksibilitas yang dimilikinya tersebut

untuk melakukan praktik manajemen laba. Menurut Scott (2009) dalam Wisnumurti (2010) 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

## **2.5 Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, nilai pasar saham (Azlina, 2010 dalam Vanian, 2014). Karena semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan, ketiga variabel tersebut digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar (ukuran) perusahaan (Sudarmaji dan Sularto, 2007). Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*) (Suwito dan Herawati, 2005).

Perusahaan yang 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 arus kas dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator atau pemerintah akan

berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektivitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum. (Muliati, 2011).

Perusahaan besar akan cenderung lebih ketat dalam hal untuk mengawasi kegiatan manajemen sehingga hal ini dapat meminimalisir terjadinya tindakan manajemen laba. Sedangkan perusahaan kecil cenderung untuk menghindari praktik manajemen laba. Menurut Shu and Chiang (2014) hal tersebut dikarenakan perusahaan kecil kurang dapat dilacak mengenai catatan dalam membuat laba yang dilaporkan, selain itu karena perusahaan kecil cenderung dalam tahap pertumbuhan siklus hidup sehingga pendapatan akan cenderung stabil yang selanjutnya akan mengurangi nilai referensi dari laba yang dilaporkan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan. Perusahaan besar cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan dengan perusahaan yang lebih kecil. Tambahan dana tersebut bisa diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang. Motivasi untuk mendapatkan dana tersebut akan mendorong pihak manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba, sehingga dengan pelaporan laba yang tinggi maka calon investor maupun kreditur akan tertarik untuk menanamkan dananya (Agustia, 2013).

## **2.6 Penelitian Terdahulu**

Penelitian mengenai pengaruh motivasi manajer terhadap manajemen laba dilakukan oleh Wimboweni (2007) menunjukkan bahwa bahwa motivasi manajemen laba, *leverage* tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Supono (2009), kembali menunjukkan hasil bahwa variabel *debt covenant* berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian Supono (2009) tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Devi (2012) dengan hasil bahwa peningkatan motivasi *debt covenant* berpengaruh dan akan meningkatkan praktik manajemen laba. Namun hasil penelitian terbaru oleh Nugrohohadi (2013) kembali mendukung hasil penelitian dari Wimboweni (2007) yang menyatakan bahwa

tidak terdapat pengaruh antara variabel motivasi manajer terhadap praktik manajemen laba.

Selain motivasi manajer, keberadaan asimetri informasi juga dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Penelitian mengenai pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba telah dilakukan oleh Rahmawati, Suparno, dan Qomariyah (2006). Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa variabel independen asimetri informasi berpengaruh secara positif signifikan dan mampu menjelaskan variabel dependen manajemen laba.

Seperti dengan Rahmawati, dkk (2006), Desmiwiyati (2009) dan Muliati (2011) juga melakukan penelitian serupa. Selain variabel asimetri informasi dan manajemen laba, mereka menambahkan variabel independen ukuran perusahaan. Dari hasil penelitian tersebut asimetri informasi mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap manajemen laba dan ukuran perusahaan juga mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Hal tersebut disebabkan ketika pemilik perusahaan tidak banyak mengetahui informasi atau terjadinya asimetri informasi, maka kesempatan tersebut dapat dijadikan peluang oleh manajer untuk melakukan praktik manajemen laba.

Azlina (2010) melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba. Variabel independen dalam penelitian tersebut adalah dewan direksi, ukuran perusahaan dan leverage. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa hanya variabel ukuran perusahaan yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Agusti dan Pramesti (2009) juga menunjukkan bahwa variabel asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Demikian juga dengan hasil penelitian oleh Meliyana (2009) yang secara empiris menunjukkan secara parsial, variabel independen asimetri informasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian tersebut kemudian didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Restuwulan (2013) mengenai pengaruh asimetri



informasi dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dengan hasil positif signifikan. Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Kusumawati, Shinta, dan Rina (2013) menunjukkan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba. Demikian juga dengan hasil penelitian terbaru oleh Firdaus (2013), yang menunjukkan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

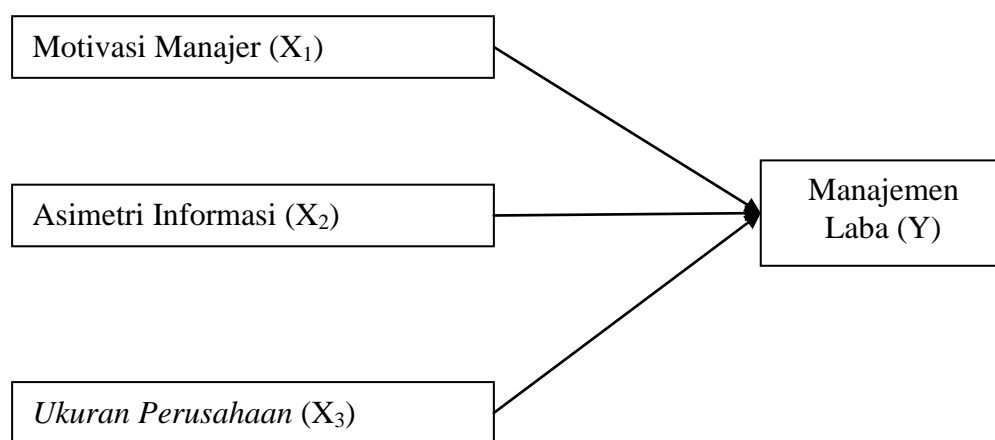
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Rahmawati, dkk (2006)	Hubungan Asimetri Informasi Dengan Manajemen Laba	Asimetri Informasi, Manajemen Laba	Asimetri Informasi mempunyai pengaruh positif secara signifikan terhadap Manajemen Laba
2.	Desmiyawati, dkk (2009)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba
3.	Nur Azlina (2010)	Analisis faktor yang mempengaruhi Manajemen Laba (Studi pada perusahaan yang terdaftar di BEI)	Dewan direksi, ukuran perusahaan, leverage	Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba
4.	Muliati (2011)	Pengaruh Asimetri	Asimetri	. Asimetri

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
		Informasi dan Ukuran Perusahaan pada Praktik Manajemen Laba di Perusahaan Perbankan yang Terdaftar di BEI	Informasi, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Informasi dan Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba
5.	Devi, dkk (2012)	Pengaruh motivasi manajer, asimetri informasi, dan leverage terhadap manajemen laba	Motivasi Manajer, Asimetri Informasi, dan Leverage	motivasi <i>debt covenant</i> berpengaruh dan akan meningkatkan praktik manajemen laba.
6.	Restuwulan (2013)	Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur sektor <i>Food and Beverages</i>	Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Asimetri Informasi berpengaruh terhadap Manajemen Laba sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba

## 2.7 Kerangka Pemikiran Penelitian

Penelitian ini menggunakan data dari perusahaan manufaktur di Bursa Efek Indonesia, peneliti menggunakan laporan keuangan serta laporan keuangan tahunan yang akan berfungsi untuk mempermudah pengolahan data yang akan menghasilkan sebuah informasi yang tepat mengenai motivasi manajer, asimetri informasi, ukuran perusahaan, dan manajemen laba. Berikut adalah Desain penelitian yang menjadi kerangka pikir penelitian ini :



**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.8 Bangunan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2013:93). Berdasarkan hubungan antara landasan teori terhadap rumusan masalah maka hipotesis atau dugaan sementara dari permasalahan penelitian ini adalah bahwa:

### 2.8.1 Motivasi manajer terhadap praktik manajemen laba

Adanya insentif untuk melakukan manajemen laba yang timbul karena perjanjian utang, disebut dengan hipotesis perjanjian utang (*debt covenant hypothesis*). *Debt covenant hypothesis* memprediksikan bahwa semakin tinggi jumlah pinjaman atau utang yang ingin didapatkan oleh perusahaan, maka perusahaan berupaya menunjukkan kinerja yang baik kepada *debtholders* (Fatmariansi, 2013). *Debt*

*covenant hypothesis* dalam Lestari (2011) menyatakan bahwa manajer perusahaan dengan rasio utang terhadap ekuitas tinggi cenderung termotivasi untuk meningkatkan laba yang dilaporkan agar kinerja keuangan perusahaan terlihat baik misalnya dengan melaporkan penjualan lebih besar dari yang sesungguhnya, akibatnya laba perusahaan yang dilaporkan terlalu tinggi dari seharusnya. Tindakan ini dilakukan untuk meyakinkan kreditur agar mau memberi kucuran dana lagi ke perusahaan. Jadi atas dasar untuk meyakinkan kreditur manajer melakukan rekayasa laba perusahaan (Tarjo, 2009).

Penelitian terdahulu mengenai pengaruh motivasi manajer terhadap manajemen laba dilakukan oleh Achmad, Subekti, dan Atmini (2007). Hasil penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Supono (2009), kembali menunjukkan hasil bahwa variabel *debt covenant* berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Hasil penelitian Supono (2009) tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Devi (2012) dengan hasil bahwa peningkatan motivasi *debt covenant* berpengaruh dan akan meningkatkan praktik manajemen laba.

H<sub>1</sub>: Motivasi manajer berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba.

### **2.8.2 Asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba**

Teori keagenan (*Agency Theory*) dalam Muliati (2011) mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya (Rahmawati, Supono, dan Qomariyah: 2006). Ketika terdapat asimetri informasi, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimalkan nilai saham perusahaan. Menurut Mawarti (2007), penyampaian laporan keuangan dapat dianggap sebagai signal mengenai kinerja manajemen.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Assih dan Gudono (2000), disebutkan bahwa dengan adanya perataan laba tersebut dapat menimbulkan reaksi pasar (*earning*

*response*) yang ditunjukkan dengan adanya perubahan harga sekuritas di pasar modal (sekunder) pada saat pengumuman laba perusahaan. Reaksi pasar ini tercermin dengan adanya *abnormal return* di sekitar tanggal pengumuman informasi laba. Reaksi pasar terhadap praktek manajemen laba akan positif jika manajemen laba mengisyaratkan kondisi perusahaan yang lebih baik, dan sebaliknya, pasar akan memberikan reaksi negatif jika manajemen laba mengisyaratkan kondisi perusahaan yang lebih buruk (Wahyuningsih, 2007).

Beberapa peneliti sebelumnya telah menemukan bahwa asimetri informasi dapat mempengaruhi manajemen laba. Hasil penelitian oleh Meliyana (2009), secara empiris menunjukkan secara parsial, variabel independen asimetri informasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Begitu juga hasil penelitian oleh Agusti dan Pramesti (2009), menunjukkan bahwa variabel asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

H<sub>2</sub> : Asimetri informasi berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba.

### **2.8.3 Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Manajemen Laba**

Ukuran perusahaan dapat menunjukkan bagaimana keadaan perusahaan tersebut apakah tergolong perusahaan yang mempunyai kinerja yang bagus dengan pengalaman dan perkembangannya atau bahkan sebaliknya. Sehingga dapat mengetahui kemampuan perusahaan dan tingkat risiko dalam mengelola investasi yang diberikan pada pemegang saham. Ukuran perusahaan mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, Moses (1997) dalam Muliati (2011) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan perataan laba (salah satu bentuk manajemen laba) dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena memiliki biaya politik lebih besar. Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen. Perusahaan besar seringkali menjadi perhatian banyak pihak investor sehingga seringkali mendapatkan tuntutan untuk memiliki informasi laba yang lebih baik. Tuntutan tersebut seringkali menjadikan manajemen berusaha untuk melaporkan laba lebih

tinggi, dengan begitu maka manajemen melakukan tindakan manajemen laba untuk memanipulasi labanya agar menarik investor.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Halim (2005) dan Muliati (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan positif dengan praktik manajemen laba. Berbeda dengan Muliati (2011) dan Halim (2005), Siregar dan Utama (2005) dan Veronica dan Siddharta (2005) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

H<sub>3</sub> : Ukuran Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba.