

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Para manajer mungkin memiliki tujuan-tujuan pribadi yang bersaing dengan tujuan memaksimalkan kekayaan pemegang saham. Para manajer diberi kekuasaan oleh para pemilik perusahaan, yaitu pemegang saham, untuk membuat keputusan, dimana hal ini menciptakan potensi konflik kepentingan yang dikenal sebagai teori keagenan (*agency theory*). 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).

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 yang selalu meningkat. *Agent* termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologinya, antara lain dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupaun kontrak kompensasi. Konflik kepentingan semakin meningkat terutama karena *principal* tidak dapat memonitor aktivitas CEO sehari-hari untuk mamastikan bahwa CEO bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham (Ningsih, 2012).

Hubungan antara prinsipal dan agen dapat mengarah pada kondisi ketidak seimbangan informasi karena agen mempunyai posisi yang memiliki informasi yang lebih banyak tentang perusahaan dibandingkan prinsipal. Informasi yang

disampaikan terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya. Kondisi ini dikenal sebagai informasi yang tidak simetris atau asimetri informasi. Asimetri antara agen dengan prinsipal memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunistik atau memperoleh keuntungan pribadi. Dengan asumsi bahwa individu-individu agen bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan asimetri informasi yang dimilikinya akan mendorong agen untuk melakukan manajemen laba sehingga kinerjanya akan nampak lebih baik (Verawati, 2012).

Konflik agensi akan menimbulkan biaya agensi (*agency cost*) yang merupakan biaya yang dikeluarkan untuk mempertahankan hubungan agensi yang efektif antara prinsipal dan agen. Umumnya setiap perusahaan memiliki biaya agensi karena biaya agensi dapat digunakan untuk menjamin manajer bertindak atas kepentingan pemegang saham dan tidak mementingkan kepentingan pribadi (Nugroho, 2015).

2.2 Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Pendekatan positif terhadap akuntansi terjadi ketika Jensen menyatakan bahwa “penelitian dalam akuntansi (dengan satu atau dua pengecualian yang dapat dicatat) tidak bersifat ilmiah karena fokus penelitian ini telah sangat normatif dan terdefinisi.” Jensen selanjutnya meminta akan adanya “perkembangan suatu teori akuntansi positif yang akan menjelaskan mengapa akuntansi seperti apa adanya ia, mengapa akuntan melakukan apa yang mereka lakukan, dan apa pengaruh yang dimiliki fenomena terhadap penggunaan orang dan sumber daya.” Pesan mendasar yang kemudian dikenal sebagai “Kelompok Akuntansi Rochester” adalah bahwa hampir semua teori akuntansi tidak bersifat ilmiah karena mereka bersifat normatif dan seharusnya diganti dengan teori positif yang menjelaskan praktik akuntansi aktual dilihat dari segi pilihan manajemen secara sukarela terhadap prosedur akuntansi dan bagaimana standar peraturan telah berubah dari waktu ke waktu (Belkaoui, 2007).

Teori Akuntansi Positif (PAT) menjelaskan fenomena akuntansi yang diamati berdasarkan pada alasan-alasan yang menyebabkan terjadinya suatu peristiwa. Teori ini bertujuan untuk menjelaskan dan memprediksi konsekuensi yang terjadi jika manajer menentukan pilihan tertentu (Verawati, 2012).

Dorongan terbesar bagi pendekatan positif dalam akuntansi adalah untuk menjelaskan dan meramalkan pilihan standar manajemen melalui analisis atas biaya dan manfaat dari pengungkapan keuangan tertentu dalam hubungannya dengan berbagai individu dan pengalokasian sumber daya ekonomi (Belkaoui, 2007).

Ada tiga hipotesis dalam teori akuntansi positif yang dipergunakan untuk menguji perilaku etis seseorang dalam mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan (Sulistyanto, 2008), yaitu:

1. *Bonus plan hypothesis*

Menyatakan bahwa rencana bonus atau kompensasi manajerial akan cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang akan membuat laba yang dilaporkannya menjadi lebih tinggi. Konsep ini membahas bahwa bonus yang dijanjikan pemilik kepada manajer perusahaan tidak hanya memotivasi manajer untuk bekerja dengan lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan manajerial. Agar selalu bisa mencapai tingkat kinerja yang memberikan bonus, manajer memperlakukan besar kecilnya angka-angka akuntansi dalam laporan keuangan sehingga bonus itu selalu didapatnya setiap tahun.

2. *Debt (equity) hypothesis*

Menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio antara utang dan ekuitas lebih besar, cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya. Keuntungan tersebut berupa permainan laba agar

kewajiban utang piutang dapat ditunda untuk periode berikutnya sehingga semua pihak yang ingin mengetahui kondisi perusahaan yang sesungguhnya memperoleh informasi yang keliru dan membuat keputusan bisnis menjadi keliru pula. Akibatnya, terjadi kesalahan dalam mengalokasikan sumberdaya.

3. *Political cost hypothesis*

Menyatakan bahwa perusahaan cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang dapat memperkecil atau memperbesar laba yang dilaporkannya. Konsep ini membahas bahwa manajer perusahaan cenderung melanggar regulasi pemerintah, seperti undang-undang perpajakan, apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya. Manajer akan mempermainkan laba agar kewajiban pembayaran tidak terlalu tinggi sehingga alokasi laba sesuai dengan kemauan perusahaan.

2.3 Manajemen Laba

2.3.1 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). Menurut Belkaoui (2007) 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 (Ningsih, 2012).

Menurut Jumingan (2011) ada beberapa faktor yang mempengaruhi laba bersih adalah:

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.

2.3.2 Pengertian Manajemen Laba

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). Sedangkan menurut Belkaoui (2007), manajemen laba adalah potensi penggunaan manajemen akrual dengan tujuan memperoleh keuntungan pribadi.

Ada perbedaan mendasar antara praktisi dan akademisi dalam memandang manajemen laba. Secara umum para praktisi, yaitu investor, pemerintah, asosiasi profesi, dan pelaku ekonomi lainnya menganggap manajemen laba sebagai kecurangan manajerial. Alasannya, aktivitas rekayasa manajerial ini dilakukan untuk menyesatkan dan merugikan pihak lain yang menggunakan laporan keuangan sebagai sumber informasi untuk mengetahui segala sesuatu mengenai

perusahaan. Sementara akademisi, termasuk para peneliti, menilai manajemen laba bukan sebagai kecurangan, sebab aktivitas rekayasa manajerial ini pada dasarnya merupakan dampak dari luasnya prinsip akuntansi yang berterima umum (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 memperlakukan 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 terealisasi 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 terealisasi 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 memilih kebijakan rekayasa dengan mengendalikan berbagai akrual.

Menurut Ningsih (2012) manajemen laba dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen akrual dalam laporan keuangan, sebab akrual merupakan komponen yang mudah untuk dipermainkan sesuai dengan keinginan orang yang melakukan pencatatan transaksi dan melakukan penyusunan laporan keuangan. Alasannya, komponen akrual merupakan komponen yang tidak memerlukan bukti kas secara fisik sehingga upaya mempermainkan besar kecilnya komponen akrual tidak harus disertai dengan kas yang diterima atau dikeluarkan perusahaan. Oleh karena itu, upaya awal untuk memahami manajemen laba adalah dengan memahami dasar akuntansi yang selama ini diakui dan digunakan secara luas, yaitu akuntansi berbasis akrual. Basis akuntansi ini merupakan dasar pencatatan akuntansi yang mewajibkan perusahaan mengakui hak dan kewajiban tanpa

memperhatikan kapan kas akan diterima atau dikeluarkan. Berbeda dengan akuntansi berbasis kas yang menghitung pada penerimaan dan pengeluaran kas secara tunai, sehingga prinsip penandingan (*matching cost to revenue*) diabaikan. Akibatnya laporan keuangan berbasis kas yang dibuat tidak mencerminkan kinerja sesungguhnya suatu perusahaan selama periode tertentu. Sehingga metode akuntansi berbasis akrual lebih diterima, karena memang tidak semua transaksi perusahaan merupakan transaksi tunai.

2.3.3 Motivasi Manajemen Laba

Sulistiyanto (2008), secara umum ada beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk berperilaku oportunistik, yaitu motivasi bonus, kontrak, politik, pajak, perubahan CEO, IPO (*Initial Public Offering*) atau SEO (*Seasoned Equity Offerings*), dan mengkomunikasikan informasi ke investor.

2.3.4 Pola Manajemen Laba

Menurut Sulistiyanto (2008), upaya untuk memilih dan menerapkan metode akuntansi yang sesuai dengan kepentingan manajer, bisa dilakukan untuk mengelola dan mengatur labanya agar lebih tinggi (*income increasing*) atau rendah (*income decreasing*) dari laba yang sesungguhnya. Manajer juga dapat menggunakan upaya semacam ini untuk mengelola dan mengatur agar labanya relatif merata selama beberapa periode (*income smoothing*).

1. Peningkatan laba (*income increasing*)

Upaya perusahaan mengatur agar laba periode berjalan menjadi lebih tinggi daripada laba sesungguhnya. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih tinggi daripada pendapatan sesungguhnya dan atau biaya periode berjalan menjadi lebih rendah dari biaya sesungguhnya.

2. Penurunan laba (*income decreasing*)

Upaya perusahaan mengatur agar laba periode berjalan menjadi lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Upaya ini dilakukan dengan

mempermainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih rendah daripada pendapatan sesungguhnya dan atau biaya periode berjalan menjadi lebih tinggi dari biaya sesungguhnya.

3. Perataan laba (*income smoothing*)

Upaya perusahaan mengatur agar labanya relatif sama selama beberapa periode. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan dan biaya periode berjalan menjadi lebih tinggi atau lebih rendah daripada pendapatan atau biaya sesungguhnya.

2.4 Pengungkapan Sosial

Tanggung jawab sosial perusahaan adalah gagasan bahwa perusahaan bertanggung jawab untuk melayani masyarakat secara umum, selain melayani kepentingan keuangan para pemegang saham (Pearce dan Robinson, 2008).

Pengungkapan sosial adalah pengungkapan informasi tentang aktivitas perusahaan yang berhubungan dengan lingkungan sosial perusahaan. Pengungkapan sosial dapat dilakukan melalui berbagai media antara lain laporan tahunan, pengumuman kepada bursa efek, atau melalui media massa (Ningsih, 2012).

Pengungkapan tanggung jawab sosial yang diungkapkan oleh perusahaan dalam bentuk informasi biaya maupun kegiatan lingkungan yang dijalankan oleh perusahaan untuk mengukur seberapa besar indeks pengungkapan kandungan informasi mengenai lingkungan perusahaan yang disajikan dalam *annual report*, baik yang berhubungan dengan bahan baku dan jenis energi digunakan (*input process*), proses produksi (*processing*) mulai pemilihan proses produksi, pengaturan tentang kesehatan, keamanan keselamatan karyawan. Secara teoritik, pengungkapan tanggung jawab sosial dapat didefinisikan sebagai tanggung jawab moral suatu perusahaan terhadap para *strategic stakeholders*nya, terutama komunitas atau masyarakat di sekitar wilayah kerja dan operasinya (Oktafia, 2013)

Menurut Arief (2014) *Corporate Social Responsibility* (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para pemangku kepentingan perusahaan atau *stakeholders* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya. Tanggung jawab sosial ini dapat dikatakan sebagai investasi sosial yang akan menjamin kesinambungan dari usaha yang dilakukan perusahaan saat ini dan merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab sosial dapat dikatakan suatu strategi perusahaan untuk membangun citra positif di mata masyarakat yang akan berpengaruh positif pula terhadap perusahaan tersebut.

Corporate Social Responsibility dihitung berdasarkan jumlah pendapatan bersih perusahaan dan dibagi dengan 91 indikator berdasarkan GRI-G4. GRI-G4 menyediakan rerangka kerja yang relevan secara global untuk mendukung pendekatan yang terstandardisasi dalam pelaporan, yang mendorong tingkat transparansi dan konsistensi yang diperlukan untuk membuat informasi yang disampaikan menjadi berguna dan dapat dipercaya oleh pasar dan masyarakat. Fitur yang ada di GRI-G4 menjadikan pedoman ini lebih mudah digunakan, baik bagi pelapor yang berpengalaman dan bagi mereka yang baru dalam pelaporan keberlanjutan dari sektor apapun dan didukung oleh bahan-bahan dan layanan GRI lainnya (Rahmadhani, 2015).

GRI-G4 juga menyediakan panduan mengenai bagaimana menyajikan pengungkapan keberlanjutan dalam format yang berbeda: baik itu laporan keberlanjutan mandiri, laporan terpadu, laporan tahunan, laporan yang membahas norma-norma internasional tertentu, atau pelaporan online. Jenis pendekatan pengukuran GRI-G4 melalui isi laporan tahunan dengan aspek-aspek penilaian tanggungjawab sosial yang dikeluarkan oleh GRI (Global Reporting Initiative) yang diperoleh dari website www.globalreporting.org. Standar GRI dipilih karena lebih memfokuskan pada

standar pengungkapan berbagai kinerja ekonomi, sosial, dan lingkungan perusahaan dengan tujuan untuk meningkatkan kualitas, dan pemanfaatan *sustainability reporting* (Rahmadhani, 2015).

Dalam GRI G4 (GRI, 2013), Tujuan G4 adalah sederhana untuk membantu pelapor menyusun laporan keberlanjutan yang bermakna dan membuat pelaporan keberlanjutan yang mantap dan terarah menjadi praktik standar. Indikator kategori dibagi menjadi 3 komponen utama, yaitu kategori ekonomi, kategori lingkungan, dan kategori sosial yang terdiri dari sub kategori praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, hak asasi manusia, masyarakat, dan tanggung jawab atas produk. Total indikator dalam GRI tersebut adalah 91 yang terdiri dari 9 indikator ekonomi, 34 indikator lingkungan, 16 indikator praktik ketenagakerjaan dan kenyamanan bekerja, 12 indikator hak asasi manusia, 11 indikator masyarakat, dan 9 indikator tanggung jawab atas produk (Sumber : www.globalreporting.org).

Tabel 2.1
91 Indikator Berdasarkan GRI-G4

KATEGORI EKONOMI		
Kinerja Ekonomi	EC1	Nilai ekonomi langsung yang dihasilkan dan didistribusikan
	EC2	Implikasi finansial dan risiko serta peluang lainnya kepada kegiatan organisasi karena perubahan iklim
	EC3	Cakupan kewajiban organisasi atas program imbalan pasti
	EC4	Bantuan financial yang diterima dari pemerintah
Keberadaan Pasar	EC5	Rasio upah standar pegawai pemula (entry level) menurut gender dibandingkan dengan upah minimum regional di lokasi-lokasi operasional

		yang signifikan
	EC6	Perbandingan manajemen senior yang dipekerjakan dari masyarakat local di lokasi operasi yang signifikan
Dampak Ekonomi Tidak Langsung	EC7	Pembangunan dan dampak dari investasi infrastruktur dan jasa yang diberikan
	EC8	Dampak ekonomi tidak langsung yang signifikan, termasuk besarnya dampak
Praktik Pengadaan	EC9	Perbandingan pembelian dari pemasok lokal di lokasi operasional yang signifikan
KATEGORI LINGKUNGAN		
Bahan	EN1	Bahan yang digunakan berdasarkan berat atau volume
	EN2	Persentase bahan yang digunakan yang merupakan bahan input daur ulang
Energi	EN3	Konsumsi energi dalam organisasi
	EN4	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN5	Intensitas Energi
	EN6	Pengurangan konsumsi energy
Air	EN7	Konsumsi energi diluar organisasi
	EN8	Total pengambilan air berdasarkan sumber
	EN9	Sumber air yang secara signifikan dipengaruhi oleh pengambilan air
	EN10	Persentase dan total volume air yang didaur ulang dan digunakan kembali
Keanekaragaman Hayati	EN11	Lokasi-lokasi operasional yang dimiliki, disewa, dikelola didalam, atau yang berdekatan dengan, kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung

	EN12	Uraian dampak signifikan kegiatan, produk, dan jasa terhadap keanekaragaman hayati di kawasan lindung dan kawasan dengan nilai keanekaragaman hayati tinggi diluar kawasan lindung
	EN13	Habitat yang dilindungi dan dipulihkan
	EN14	Jumlah total spesies dalam iucn red list dan spesies dalam daftar spesies yang dilindungi nasional dengan habitat di tempat yang dipengaruhi operasional, berdasarkan tingkat risiko kepunahan
Emisi	EN15	Emisi gas rumah kaca (GRK) langsung (Cakupan 1)
	EN16	Emisi gas rumah kaca (GRK) energi tidak langsung (Cakupan 2)
	EN17	Emisi gas rumah kaca (GRK) tidak langsung lainnya (Cakupan 3)
	EN18	Intensitas emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN19	Pengurangan emisi gas rumah kaca (GRK)
	EN20	Emisi bahan perusak ozon (BPO)
	EN21	NOX, SOX, dan emisi udara signifikan lainnya
Efluen dan Limbah	EN22	Total air yang dibuang berdasarkan kualitas dan tujuan
	EN23	Bobot total limbah berdasarkan jenis dan metode pembuangan
	EN24	Jumlah dan volume total tumpahan signifikan
	EN25	Bobot limbah yang dianggap berbahaya menurut ketentuan konvensi Basel2 Lampiran I, II, III, dan VIII yang diangkut, diimpor, diekspor, atau diolah, dan persentase limbah yang diangkut

		untuk pengiriman internasional
	EN26	Identitas, ukuran, status lindung, dan nilai keanekaragaman hayati dari badan air dan habitat terkait yang secara signifikan terkena dampak dari pembuangan dan air limpasan dari organisasi
Produk dan Jasa	EN27	Tingkat mitigasi dampak terhadap dampak lingkungan produk dan jasa
	EN28	Persentase produk yang terjual dan kemasannya yang direklamsi menurut kategori
Kepatuhan	EN29	Nilai moneter denda signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan lingkungan
Transportasi	EN30	Dampak lingkungan signifikan dari pengangkutan produk dan barang lain serta bahan untuk operasional organisasi, dan pengangkutan tenaga kerja
Lain-lain	EN31	Total pengeluaran dan investasi perlindungan lingkungan berdasarkan jenis
Asesmen Pemasok Atas Lingkungan	EN32	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria lingkungan
	EN33	Dampak lingkungan negatif signifikan aktual dan potensial dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah Lingkungan	EN34	Jumlah pengaduan tentang dampak lingkungan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
KATEGORI SOSIAL		
SUB-KATEGORI: PRAKTEK KETENAGAKERJAAN DAN KENYAMANAN BEKERJA		
Kepegawaian	LA1	Jumlah total dan tingkat perekrutan karyawan

		baru dan turnover karyawan menurut kelompok umur, gender, dan wilayah
	LA2	Tunjangan yang diberikan bagi karyawan purnawaktu yang tidak diberikan bagi karyawan sementara atau paruh waktu, berdasarkan lokasi operasi yang signifikan
	LA3	Tingkat kembali bekerja dan tingkat retensi setelah cuti melahirkan, menurut gender
Hubungan Industrial	LA4	Jangka waktu minimum pemberitahuan mengenai perubahan operasional, termasuk apakah hal tersebut tercantum dalam perjanjian bersama
Kesehatan dan Keselamatan Kerja	LA5	Persentase total tenaga kerja yang diwakili dalam komite bersama formal manajemen-pekerja yang membantu mengawasi dan memberikan saran program kesehatan dan keselamatan kerja
	LA6	Jenis dan tingkat cedera, penyakit akibat kerja, hari hilang, dan kemangkiran, serta jumlah total kematian akibat kerja, menurut daerah dan gender
	LA7	Pekerja yang sering terkena atau berisiko tinggi terkena penyakit yang terkait dengan pekerjaan mereka
	LA8	Topik kesehatan dan keselamatan yang tercakup dalam perjanjian formal dengan serikat pekerja
Pelatihan dan Pendidikan	LA9	Jam pelatihan rata-rata per tahun per karyawan menurut gender, dan menurut kategori karyawan
	LA10	Program untuk manajemen keterampilan dan pembelajaran seumur hidup yang mendukung keberkelanjutan kerja karyawan dan membantu mereka mengelola purna bakti
	LA11	Persentase karyawan yang menerima review

		kinerja dan pengembangan karier secara reguler, menurut gender dan kategori karyawan
Keberagaman dan Kesetaraan Peluang	LA12	Komposisi badan tata kelola dan pembagian karyawan per kategori karyawan menurut gender, kelompok usia, keanggotaan kelompok minoritas, dan indikator keberagaman lainnya
Kesetaraan Remunerasi Perempuan dan Laki-laki	LA13	Rasio gaji pokok dan remunerasi bagi perempuan terhadap laki-laki menurut kategori karyawan, berdasarkan lokasi operasional yang signifikan
Asesmen Pemasok Terkait Praktik Ketenagakerjaan	LA14	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria praktik ketenagakerjaan
	LA15	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap praktik ketenagakerjaan dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme pengaduan masalah ketenagakerjaan	LA16	Jumlah pengaduan tentang praktik ketenagakerjaan yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: HAK ASASI MANUSIA		
Investasi	HR1	Jumlah total dan persentase perjanjian dan kontrak investasi yang signifikan yang menyertakan klausul terkait hak asasi manusia atau penapisan berdasarkan hak asasi manusia
	HR2	Jumlah waktu pelatihan karyawan tentang kebijakan atau prosedur hak asasi manusia terkait dengan Aspek hak asasi manusia yang relevan dengan operasi, termasuk persentase karyawan yang dilatih
Non-Diskriminasi	HR3	Jumlah total insiden diskriminasi dan tindakan korektif yang diambil

Kebebasan Berserikat dan Perjanjian Kerja Bersama	HR4	Operasi pemasok teridentifikasi yang mungkin melanggar atau berisiko tinggi melanggar hak untuk melaksanakan kebebasan berserikat dan perjanjian kerja bersama, dan tindakan yang diambil untuk mendukung hak-hak tersebut
Pekerja Anak	HR5	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan eksploitasi pekerja anak dan tindakan yang diambil untuk berkontribusi dalam penghapusan pekerja anak yang efektif
Pekerja Paksa Atau Wajib Kerja	HR6	Operasi dan pemasok yang diidentifikasi berisiko tinggi melakukan pekerja paksa atau wajib kerja dan tindakan untuk berkontribusi dalam penghapusan segala bentuk pekerja paksa atau wajib kerja
Praktik Pengamanan	HR7	Persentase petugas pengamanan yang dilatih dalam kebijakan atau prosedur hak asasi manusia di organisasi yang relevan dengan operasi
Hak Adat	HR8	Jumlah total insiden pelanggaran yang melibatkan hak-hak masyarakat adat dan tindakan yang diambil
Asesmen	HR9	Jumlah total dan persentase operasi yang telah melakukan reviu atau asesmen dampak hak asasi manusia
Asesmen Pemasok Atas Hak Asasi Manusia	HR10	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria hak asasi manusia
	HR11	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap hak asasi manusia dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme Pengaduan Masalah	HR12	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap hak asasi manusia yang diajukan, ditangani, dan

Hak Asasi Manusia		diselesaikan melalui mekanisme pengaduan formal
SUB-KATEGORI: MASYARAKAT		
Masyarakat Lokal	SO1	Persentase operasi dengan pelibatan masyarakat lokal, asesmen dampak, dan program pengembangan yang diterapkan
	SO2	Operasi dengan dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat local
Anti-Korupsi	SO3	Jumlah total dan persentase operasi yang dinilai terhadap risiko terkait dengan korupsi dan risiko signifikan yang teridentifikasi
	SO4	Komunikasi dan pelatihan mengenai kebijakan dan prosedur anti-korupsi
	SO5	Insiden korupsi yang terbukti dan tindakan yang diambil
Kebijakan Publik	SO6	Nilai total kontribusi politik berdasarkan negara dan penerima/penerima manfaat
Anti Persaingan	SO7	Jumlah total tindakan hukum terkait Anti Persaingan, anti-trust, serta praktik monopoli dan hasilnya
Kepatuhan	SO8	Nilai moneter denda yang signifikan dan jumlah total sanksi non-moneter atas ketidakpatuhan terhadap undang-undang dan peraturan
Asesmen Pemasok Atas Dampak Terhadap Masyarakat	SO9	Persentase penapisan pemasok baru menggunakan kriteria untuk dampak terhadap masyarakat
	SO10	Dampak negatif aktual dan potensial yang signifikan terhadap masyarakat dalam rantai pasokan dan tindakan yang diambil
Mekanisme	SO11	Jumlah pengaduan tentang dampak terhadap

Pengaduan Dampak Terhadap Masyarakat		masyarakat yang diajukan, ditangani, dan diselesaikan melalui mekanisme pengaduan resmi
SUB-KATEGORI: TANGGUNGJAWAB ATAS PRODUK		
Kesehatan Keselamatan Pelanggan	PR1	Persentase kategori produk dan jasa yang signifikan dampaknya terhadap kesehatan dan keselamatan yang dinilai untuk peningkatan
	PR2	Total jumlah insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dampak kesehatan dan keselamatan dari produk dan jasa sepanjang daur hidup, menurut jenis hasil
Pelabelan Produk dan Jasa	PR3	Jenis informasi produk dan jasa yang diharuskan oleh prosedur organisasi terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, serta persentase kategori produk dan jasa yang signifikan harus mengikuti persyaratan informasi sejenis
	PR4	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela terkait dengan informasi dan pelabelan produk dan jasa, menurut jenis hasil
	PR5	Hasil survei untuk mengukur kepuasan pelanggan
Komunikasi Pemasaran	PR6	Penjualan produk yang dilarang atau disengketakan
	PR7	Jumlah total Insiden ketidakpatuhan terhadap peraturan dan koda sukarela tentang komunikasi pemasaran, termasuk iklan, promosi, dan sponsor, menurut jenis hasil
Privasi Pelanggan	PR8	Jumlah total keluhan yang terbukti terkait dengan pelanggaran privasi pelanggan dan hilangnya data pelanggan
Kepatuhan	PR9	Nilai moneter denda yang signifikan atas

		ketidapatuhan terhadap undang-undang dan peraturan terkait penyediaan dan penggunaan produk dan jasa
--	--	--

Sumber: www.globalreporting.org. (Data diolah)

2.5 Diversifikasi Perusahaan

Ketika suatu perusahaan memilih mengerjakan produk yang berbeda dengan pasar yang berbeda, itu merupakan usaha untuk melakukan diversifikasi. Strategi diversifikasi adalah strategi pertumbuhan sebuah korporasi dimana perusahaan memperluas operasionalnya dengan berpindah ke industri yang berbeda (Kuncoro, 2006).

Menurut Harto (2005) diversifikasi merupakan bentuk pengembangan usaha dengan cara memperluas segmen usaha secara bisnis maupun geografis maupun memperluas *market share* yang ada atau mengembangkan berbagai produk yang beraneka ragam. Hal ini dapat dilakukan dengan membuka lini usaha baru, memperluas lini produk yang ada, memperluas wilayah pemasaran produk, membuka kantor cabang, melakukan merger dan akuisisi untuk meningkatkan skala ekonomis dan cara yang lainnya.

Terdapat dua tipe utama diversifikasi, yaitu terkait dan tak terkait. Diversifikasi terkait (*concentric*) adalah usaha diversifikasi dalam industri yang berbeda tetapi salah satunya masih berkaitan dengan suatu cara pada operasional perusahaan yang masih berlangsung. Diversifikasi tak terkait (konglomerat) adalah usaha diversifikasi operasional perusahaan yang dilakukan ke dalam industri yang sama sekali berbeda (Kuncoro, 2006).

Strategi diversifikasi dipilih dan diterapkan oleh perusahaan ketika perusahaan berada dalam kondisi tertentu, yaitu ketika perusahaan merasakan profit dan pertumbuhan perusahaan mulai menurun pada industri utamanya, selain itu diversifikasi juga dilakukan dalam rangka memperkecil resiko investasi karena

apabila perusahaan hanya melakukan bisnis pada sektor tunggal saja maka resiko investasinya cukup besar (Nugroho, 2015).

Tujuan diversifikasi salah satunya adalah untuk memaksimalkan ukuran dan keragaman usaha, sehingga pemilik dapat memperoleh tingkat keuntungan yang tinggi dari beberapa segmen usaha yang dimiliki. Diversifikasi selain bertujuan untuk memaksimalkan ukuran dan keragaman perusahaan juga seharusnya dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan mengurangi risiko perusahaan. Untuk mengetahui level diversifikasi perusahaan, salah satu ukuran yang bisa digunakan adalah jumlah segmen usaha perusahaan. Jumlah segmen usaha ini dapat diketahui dari laporan keuangan yang dikeluarkan perusahaan (Verawati, 2012).

Menurut El Mehdi dan Sebuoi (2011) diversifikasi dapat mengakibatkan beberapa masalah, yaitu: (1) Struktur organisasi yang terdapat dalam perusahaan menjadi lebih kompleks (2) Tingkat transparansi menjadi lebih rendah (3) Kompleksitas informasi bagi investor dan analisis keuangan menjadi semakin tinggi. Jika dilihat dari perspektif teori keagenan, maka ketiga masalah tersebut dapat menyebabkan semakin tingginya asimetri informasi antara manajer dengan pemegang saham dan menciptakan keadaan yang mendukung bagi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba (Nugroho, 2015).

Dalam IAI (2012) pelaporan segmen usaha mulai diwajibkan oleh Dewan Standar Akuntansi Keuangan melalui PSAK No. 05 Revisi 2009 mengenai segmen operasi (Ermayanti, 2016). Sesuai dengan peraturan tersebut perusahaan yang memiliki berbagai segmen usaha dan geografis wajib melakukan pengungkapan jika masing-masing segmen memenuhi kriteria persyaratan penjualan, aktiva dan laba usaha (Verawati, 2012)

2.6 Kompensasi Bonus

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan

kepada perusahaan (Hasibuan, 2016). Kompensasi merupakan istilah yang berkaitan dengan imbalan-imbalan finansial (*financial reward*) yang diterima oleh orang-orang melalui hubungan kepegawaian mereka dengan sebuah organisasi (Ermayanti, 2016).

Menurut Pujiningsih (2011) Kompensasi merupakan balas jasa yang diberikan oleh organisasi perusahaan kepada karyawan, yang dapat bersifat finansial maupun non finansial, pada periode yang tetap. Sistem kompensasi yang baik akan mampu memberikan kepuasan bagi karyawan dan memungkinkan perusahaan memperoleh, mempekerjakan, dan mempertahankan karyawan. Dalam hubungannya dengan peningkatan kesejahteraan hidup para pegawai, suatu organisasi harus secara efektif memberikan kompensasi sesuai dengan beban kerja yang diterima pegawai. Kompensasi merupakan salah satu faktor baik secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja pegawai.

2.6.1 Tujuan Kompensasi

Adapun tujuan kompensasi menurut Hasibuan (2016) adalah sebagai berikut:

1. Ikatan Kerja Sama

Dengan pemberian kompensasi terjalinlah ikatan kerja sama formal antara majikan dengan karyawan. Karyawan harus mengerjakan tugas-tugasnya dengan baik, sedangkan pengusaha/majikan wajib membayar kompensasi sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

2. Kepuasan Kerja

Dengan balas jasa, karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan fisik, status sosial dan egoistiknya sehingga memperoleh kepuasan kerja dari jabatannya.

3. Pengadaan Efektif

Jika program kompensasi ditetapkan cukup besar, pengadaan karyawan yang *qualified* untuk perusahaan akan lebih mudah.

4. Motivasi

Jika balas jasa yang diberikan cukup besar, manajer akan mudah memotivasi bawahannya.

5. Stabilitas Karyawan

Dengan program kompensasi atas prinsip adil dan layak serta eksternal konsistensi yang kompentatif maka stabilitas karyawan lebih terjamin karena *turn-over* relatif kecil.

6. Disiplin

Dengan pemberian balas jasa yang cukup besar maka disiplin karyawan semakin baik. Mereka akan menyadari serta mentaati peraturan-peraturan yang berlaku.

7. Pengaruh Serikat Buruh

Dengan program kompensasi yang baik pengaruh serikat buruh dapat dihindarkan dan karyawan akan berkonsentrasi pada pekerjaannya.

8. Pengaruh Pemerintah

Jika program kompensasi sesuai dengan undang-undang perburuhan yang berlaku (seperti batas upah minimum) maka intervensi pemerintah dapat dihindarkan.

2.6.2 Asas Kompensasi

Menurut Hasibuan (2016) program kompensasi (balas jasa) harus ditetapkan atas asas adil dan layak.

1. Asas adil

Besarnya kompensasi yang dibayar kepada setiap karyawan harus disesuaikan dengan prestasi kerja, jenis pekerjaan, resiko pekerjaan, tanggung jawab, jabatan pekerja, dan memenuhi persyaratan internal konsistensi.

2. Asas Layak dan Wajar

Kompensasi yang diterima karyawan dapat memenuhi kebutuhannya pada tingkat normatif yang ideal. Tolak ukur layak adalah relatif, penetapan besarnya kompensasi bonus didasarkan atas batas upah minimal pemerintah dan eksternal konsistensi yang berlaku.

2.6.3 Jenis-Jenis Kompensasi

Menurut Kasmir (2016) ada banyak jenis kompensasi yang diberikan perusahaan yaitu kompensasi keuangan dan kompensasi bukan keuangan. Kompensasi keuangan

merupakan kompensasi yang diberikan dalam bentuk uangbaik secara periodik (mingguan, bulanan atau tahunan). Sedangkan Kompensasi non keuangan merupakan kompensasi yang diberikan dalam bentuk tunjangan-tunjangan guna meningkatkan kesejahteraan karyawan baik fisik maupun batin.

Jenis kompensasi keuangan dapat berupa:

1. Pemberian gaji bersifat tetap, artinya jumlahnya diberikan setiap bulan yang besarnya bervariasi sesuai golongan atau kepangkatan yang diembannya.
2. Upah merupakan pendapatan yang diperoleh dalam mengerjakan sesuatu pekerjaan tertentu.
3. Bonus merupakan pembayaran yang dilakukan kepada seseorang karena prestasinya atau prestasi perusahaan secara keseluruhan.
4. Komisi merupakan kompensasi yang diberikan perusahaan kepada karyawan yang mampu memberikan keuntungan bagi perusahaan.
5. Insentif merupakan rangsangan yang diberikan untuk mendorong karyawan meningkatkan kinerja, sehingga dengan pemberian insentif kinerja akan meningkat.

2.6.4 Perencanaan Bonus

Elfira (2014), ada 3 aspek penting dalam pengelompokan program pemberian bonus, yaitu:

1. Dasar kompensasi, yaitu bagaimana pemberian bonus ditentukan. Dasar yang paling umum adalah :
 - a. Harga saham
 - b. Kinerja berbasis biaya, pendapatan, laba atau investasi
 - c. *Balanced scorecard*
2. Sumber kompensasi, yaitu darimana pendanaan bonus berasal. Sumber kompensasi yang paling umum adalah laba dan sumber perusahaan keseluruhan berdasarkan total laba perusahaan.
3. Cara pembayaran, yaitu bagaimana bonus akan diberikan. Cara umum adalah tunai dan saham.

2.7 Ukuran KAP

Pengertian Kantor Akuntan Publik (KAP) yang dijelaskan dalam PMK No. 17/PMK.01/2008 adalah badan usaha yang telah mendapatkan izin dari Menteri sebagai wadah bagi Akuntan Publik dalam memberikan jasanya. Jasa yang ditawarkan KAP meliputi jasa attestasi dan jasa non-attestasi. Dalam jasa attestasi antara lain audit umum atas laporan keuangan, pemeriksaan atas laporan keuangan prospektif, pemeriksaan atas pelaporan informasi keuangan proforma, review atas laporan keuangan, manajemen, kompilasi, perpajakan dan konsultasi (Nugroho, 2015).

Ukuran KAP adalah besar kecilnya perusahaan audit. Dengan demikian, diperkirakan bahwa dibandingkan dengan KAP kecil, KAP besar mempunyai kemampuan yang lebih baik dalam melakukan audit, sehingga mampu menghasilkan kualitas audit yang lebih tinggi. Kualitas audit yang lebih tinggi, diharapkan dapat menemukan dan melaporkan kesalahan yang ditemukan (Kono, 2013).

Big Four merupakan perusahaan jasa audit memiliki banyak klien dan kemampuan yang tinggi. Perusahaan ini kemungkinan tidak memanipulasi pendapat yang dikeluarkan. Jika *Big Four* memanipulasi pendapat terhadap perusahaan tertentu, maka pengguna laporan keuangan tidak mempercayai hasil audit yang dikeluarkan. Akibatnya, *Big Four* akan kehilangan *market share* yang telah dimiliki dan reputasinya diragukan oleh pemangku kepentingan. Oleh karena itu, KAP Big Four akan berusaha keras menjaga reliabilitas pendapat atas laporan keuangan yang dikeluarkan (Setiawan, 2013).

Auditor *big four* diharapkan lebih bisa mengungkap salah saji material pada laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen. Selain itu, auditor dalam kelompok KAP *big four* cenderung memiliki auditor yang lebih berpengalaman yang pada gilirannya memiliki kemampuan dalam membatasi besarnya manajemen laba suatu perusahaan (Kono, 2013). Jadi, auditor yang berkualitas

tinggi akan mampu mendeteksi kondisi perusahaan yang tidak baik dan menyampaikannya kepada publik. Sehingga perusahaan yang menggunakan jasa KAP yang lebih besar biasanya adalah perusahaan yang memiliki kondisi yang baik, sehingga cenderung mendapatkan pendapat wajar tanpa pengecualian dan dapat mengurangi manajemen laba, sementara perusahaan yang kondisinya sedang tidak baik lebih banyak menggunakan KAP yang lebih kecil dengan harapan KAP tidak dapat mendeteksi kondisi perusahaan yang sebenarnya.

Di profesi akuntan publik dikenal KAP kelompok besar atau sering disebut dengan *Big-Four* maka KAP di Indonesia yang berafiliasi dengan *Big Four* juga disebut *Big Four* dan yang lain disebut kelompok KAP *Non Big-Four*. KAP *Big Four* dan afiliasinya di Indonesia adalah sebagai berikut:

1. PWC

PricewaterhouseCoopers atau sering disingkat PWC. Di Indonesia, PWC berafiliasi dengan KAP Tanudiredja, Wibisana, Rintis & Rekan.

2. Deloitte Touche Tohmatsu

Deloitte Touche Tomatsu Limited atau sering disingkat dengan Deloitte. Di Indonesia Deloitte berafiliasi dengan KAP Osman Bing Satrio & Eny.

3. Ernst & Young

Ernst & Young (EY), merupakan salah satu anggota dari *Big Four*. Di Indonesia, EY berafiliasi dengan Kantor Akuntan Publik Purwanto, Suherman & Surja (PSS).

4. KPMG

KPMG merupakan salah satu anggota dari *Big Four*. Di Indonesia, KPMG berafiliasi dengan KAP Siddharta Widjaja & Rekan.

2.8 Penelitian Terdahulu

Penelitian yang telah dilakukan berkaitan dengan pengungkapan sosial, diversifikasi perusahaan, kompensasi bonus, dan ukuran KAP terhadap manajemen laba diantaranya adalah :

Tabel 2.2
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil
1.	Ermayanti, Dwi (2016)	Pengungkapan Sosial, Diversifikasi Perusahaan, dan Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba	Pengungkapan Sosial, Diversifikasi Perusahaan, Kompensasi Bonus dan Manajemen Laba	pengungkapan sosial, diversifikasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dan kompensasi bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
2.	Nugroho, Satria (2015)	Pengaruh Kompensasi, Kepemilikan Manajerial, Diversifikasi Perusahaan dan Ukuran KAP Terhadap Manajemen Laba	Kompensasi, Kepemilikan Manajerial, Diversifikasi Perusahaan, Ukuran KAP, dan Manajemen Laba	Kepemilikan manajerial dan diversifikasi perusahaan berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan kompensasi dan ukuran KAP tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
3.	Arief, Arvina (2014)	Pengaruh Pengungkapan Corporate Social Responsibility Terhadap	CSR, Manajemen Laba	Pengungkapan tanggung jawab sosial berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

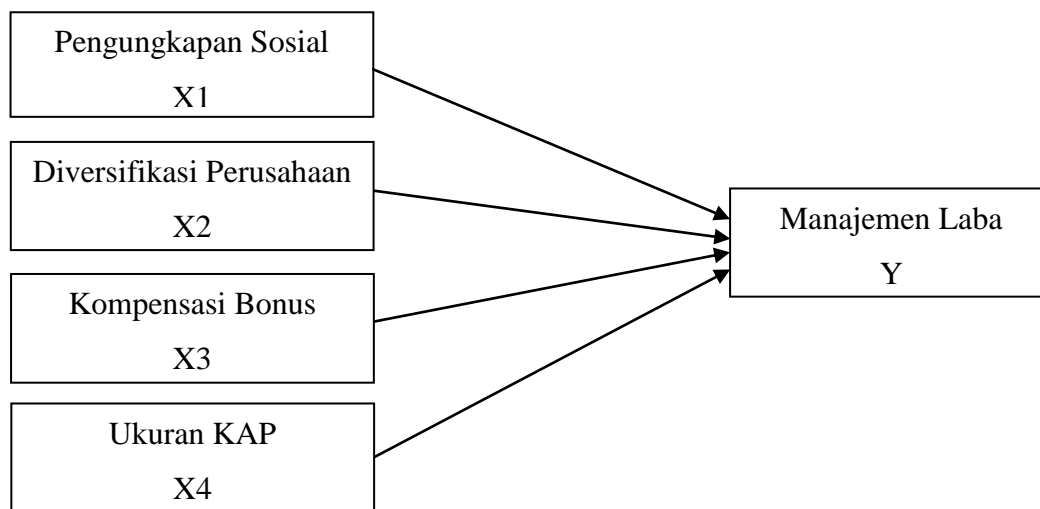
		Manajemen Laba		
4.	Elfira, Anisa (2014)	Pengaruh Kompensasi Bonus dan Lverage Terhadap Manajemen Laba	Kompensasi Bonus, Lverage, Manajemen Laba	Kompensasi bonus berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini berarti jika kompensasi bonus mengalami peningkatan, maka tindakan manajemen laba juga akan meningkat, begitupun sebaliknya.
5.	Aryati, Titik. dan Y. C. Walansendouw (2013)	Analisis hubungan antara diversifikasi perusahaan terhadap manajemen laba	Diversifikasi Perusahaan, Manajemen Laba	Diversifikasi Perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
6.	Kono, F. D. Permatasari (2013)	Analisis pengaruh arus kas bebas, ukuran KAP, spesialisasi industri KAP, audit tenure, dan independensi	Arus kas bebas, ukuran KAP, spesialisasi industri KAP, audit tenure, dan independensi	Arus kas bebas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Sedangkan ukuran KAP, spesialisasi industri KAP, audit tenure, dan independensi

		auditor terhadap manajemen laba	auditor, manajemen laba	auditor tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
7.	Mestuti, Arum Setyo (2012)	Analisis pengaruh manajemen laba terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan dengan corporate governance sebagai variabel moderating	CSR, Manajemen Laba	Manajemen laba tidak berpengaruh secara signifikan terhadap tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan
8.	Verawati, D (2012)	Pengaruh diversifikasi operasi, diversifikasi geografis, leverage dan struktur kepemilikan terhadap manajemen laba perusahaan	Diversifikasi perusahaan, Leverage dan struktur kepemilikan dan Manajemen Laba	Diversifikasi geografis, leverage, konsentrasi kepemilikan dan kepemilikan institusional berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan diversifikasi operasi, kepemilikan asing dan kepemilikan

				manajerial tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba
--	--	--	--	--

2.9 Kerangka Pemikiran

Fokus permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah pengaruh pengungkapan sosial, diversifikasi perusahaan, kompensasi bonus dan ukuran KAP terhadap manajemen laba. Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dibuat kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.10 Bangunan Hipotesis

2.10.1 Pengungkapan Sosial dan Manajemen Laba

Manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh manajer perusahaan untuk membuat laporan keuangan menjadi baik. Sehingga menyebabkan laporan keuangan yang disajikan tidak akurat atau bukan keadaan yang sebenarnya.

Manajer yang melakukan manajemen laba dengan motivasi pasar modal, kontraktual dan regulasi, kemungkinan akan merasa terancam keamanannya untuk mempertahankan posisinya dalam menjalankan perusahaan. Cara yang memungkinkan bagi manajer untuk melindungi posisinya serta menjaga keuntungan pribadinya adalah dengan mengikatkan diri pada aktivitas yang secara luas ditujukan untuk mengembangkan hubungan dengan *stakeholders* perusahaan dan aktivis lingkungan yang disebut pengungkapan tanggung jawab sosial untuk memperoleh dukungan dari kelompok-kelompok tersebut (Oktafia, 2013).

Semakin merebaknya aktivitas manajemen laba telah mendorong berkembangnya perhatian publik pada pengungkapan informasi yang akurat. Dengan dilakukannya pengungkapan sosial, maka perusahaan berharap dapat membangun citra positifnya. Pengungkapan sosial ini mempunyai efek untuk menjaga image perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosialnya, yang akhirnya dapat memiliki dampak positif bagi berlangsungnya kegiatan perusahaan. Perusahaan juga dapat memperoleh dukungan dan legitimasi dari masyarakat, juga cakupan baik dari media (Ningsih, 2012).

Penelitian yang dilakukan Ningsih (2012) dan Oktafia (2013) menemukan adanya bukti bahwa manajemen laba signifikan berpengaruh positif terhadap pengungkapan tanggung jawab sosial. Hasil ini memberikan dukungan teori bahwa tanggung jawab sosial perusahaan merupakan bagian dari strategi bertahan bagi perilaku oportunistik manajerial untuk mendapatkan dukungan dari *stakeholders*.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1 : Pengungkapan sosial berpengaruh terhadap manajemen laba

2.10.2 Diversifikasi Perusahaan dan Manajemen Laba

Menurut El Mehdi dan Sebuoi (2011), diversifikasi mungkin tidak hanya memotivasi manajer untuk memanipulasi angka-angka akuntansi, namun juga dapat menciptakan kondisi yang menguntungkan untuk dapat menyulitkan proses deteksi manajemen laba. Oleh karena itu berdasarkan pernyataan tersebut, perusahaan yang beroperasi di satu jenis bisnis atau perusahaan segmen tunggal dan secara khusus berada di pasar domestik cenderung memiliki kesempatan yang kecil untuk melakukan manajemen laba dibandingkan industri yang terdiversifikasi, baik secara segmen bisnis maupun geografis atau perusahaan multinasional (Dinuka, 2014).

Penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2013) dan Ermayanti (2016) menunjukkan bahwa diversifikasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang terdiversifikasi lebih tinggi kemungkinannya terjadi manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan yang hanya beroperasi pada satu segmen bisnis. Hal ini menyebabkan manajer dapat mengeksploitasi asimetri informasi dengan melakukan manajemen laba.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H2 : Diversifikasi perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba

2.10.3 Kompensasi Bonus dan Manajemen Laba

Pujiningsih (2011) kompensasi merupakan balas jasa yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan kepada karyawan, yang dapat bersifat finansial maupun non finansial, pada periode yang tetap. Manajemen laba berhubungan erat dengan tingkat perolehan laba atau prestasi usaha suatu organisasi, hal ini karena tingkat keuntungan atau laba dikaitkan dengan prestasi manajemen dan juga besar kecilnya bonus yang akan diterima oleh manajer (Elfira, 2014).

Kompensasi merupakan salah satu faktor baik secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi tinggi rendahnya kinerja pegawai. Jika perusahaan memiliki kompensasi (*bonus scheme*), maka manajer akan cenderung melakukan tindakan yang mengatur laba bersih untuk dapat memaksimalkan bonus yang mereka terima (Pujiningsih, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Pujiningsih (2011) dengan menguji pengaruh struktur kepemilikan, ukuran perusahaan, praktik corporate governance, dan kompensasi bonus terhadap manajemen laba dan menemukan bahwa variabel kompensasi bonus berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian tersebut selaras dengan penelitian Elfira (2014) dengan menguji pengaruh kompensasi bonus dan leverage terhadap manajemen laba. Penelitian yang dilakukan Pujiningsih (2011) dan Elfira (2014) menemukan bukti bahwa adanya hubungan positif antara kompensasi bonus terhadap manajemen laba.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H3 : Kompensasi bonus berpengaruh terhadap manajemen laba

2.10.4 Ukuran KAP dan Manajemen Laba

Ukuran KAP menunjukkan kemampuan auditor untuk bersikap independen dan melaksanakan audit secara profesional. Auditor big four diharapkan lebih bisa mengungkap salah saji material pada laporan keuangan yang dibuat oleh manajemen. Selain itu, auditor dalam kelompok KAP big four cenderung memiliki auditor yang lebih berpengalaman yang pada gilirannya memiliki kemampuan dalam membatasi besarnya manajemen laba suatu perusahaan (Kono, 2013).

Menurut Dinuka (2014), selain kemampuan dan keahlian serta pengalaman yang dimiliki oleh auditor dari KAP besar atau afiliasinya, faktor ketergantungan ekonomi auditor terhadap klien lebih kecil, artinya independensi auditor pada

KAP besar lebih terjaga sehingga jaminan atas kualitas audit akan lebih ditingkatkan. Berdasarkan dari keahlian yang dimiliki KAP *Big Four*, maka KAP *Big Four* lebih tinggi dalam menghambat praktik manajemen laba dibandingkan KAP *Non-Big Four* lebih rendah dalam menghambat praktik manajemen laba (Nugroho, 2015).

Studi yang dilakukan Setiawan (2013) menyimpulkan bahwa kualitas audit memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. KAP *Big Four* yang memiliki kualitas baik diharapkan dapat mengurangi asimetri informasi yang terjadi antara agen dan prinsipal. Jika asimetri informasi berkurang maka manajemen laba pada perusahaan juga akan berkurang.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H4 : Ukuran KAP berpengaruh terhadap manajemen laba.