

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasar Teori

1. Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Hubungan agensi ada ketika salah satu pihak (Prinsipal) menyewa pihak lain (agen) untuk melaksanakan suatu jasa, prinsipal mendelegasikan wewenang untuk membuat keputusan kepada agen tersebut (Anthony dan Govindarajan, 2005). Pihak prinsipal (investor) berperan sebagai penyedia sumber daya dan dana yang digunakan oleh pihak manajemen. Pihak manajemen bertanggungjawab penuh dalam kegiatan pengolahan sumber daya dan dana tersebut agar dapat memenuhi kepentingan pihak prinsipal. Pihak prinsipal melakukan pengawasan atas kinerja pihak agen melalui laporan kinerja dan keuangan yang disampaikan oleh pihak manajemen. Setiap pihak memiliki hak dan tanggung jawab dalam pengelolaan dan setiap pihak harus mempunyai komitmen untuk menghargai dan menghormati hak dan wewenang pihak lain, serta tidak diperbolehkan untuk mengintervensi hak dan kewajiban pihak lain.

Agency Theory mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (agen) dengan pemilik (prinsipal). Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana pihak agen (manajer) memiliki akses informasi yang lebih luas dibandingkan dengan pihak prinsipal. Jensen dan meckling (1976) dalam (Rahmawati dkk, 2006) berpendapat bahwa jika kedua kelompok (agen dan

prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat ulasan yang kuat untuk meyakini bahwa agen tidak akan selalu bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Prinsipal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan monitor yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

Teori keagenan dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul ketika tidak lengkapnya informasi pada saat melakukan kontrak. Kontrak yang dimaksud disini adalah kontrak antara prinsipal (pemberi kerja, misalnya pemegang saham) dengan agen (manajemen). Teori keagenan dapat terjadi jika pihak agen memiliki kelebihan informasi dibandingkan dengan pihak prinsipal dan terdapat perbedaan kepentingan antara kedua belah pihak, maka akan terjadi *prinsipal agent problem* dimana agen akan melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya namun merugikan prinsipal.

2. Teori Akuntansi Positif (*Positive Accounting Theory*)

Pada awal perkembangannya, teori akuntansi menghasilkan teori normative yang didefinisikan sebagai teori yang mengharuskan dan menggunakan kebijakan nilai (*value judgement*) yang mengandung minimum sebuah premis Wolk dan Tearney (1997) dalam (Indira, 2004). Teori normatif pada awalnya belum menggunakan pendekatan investigasi formal, baru pada perkembangan berikutnya mulai digunakannya pendekatan investigasi terstruktur formal, yaitu pendekatan deduktif (dimulai dari proposisi akuntansi dasar sampai

dengan dihasilkan prinsip akuntansi yang rasional sebagai dasar untuk mengembangkan teknik-teknik akuntansi (Anis dan Ghozali, 2003).

Teori akuntansi positif mulai berkembang sekitar tahun 1960-an yang dipelopori oleh Watts dan Zimmerman yang menitikberatkan pada pendekatan ekonomi dan perilaku dengan munculnya hipotesis pasar efisien dan teori agensi. Terdapat tiga alasan mendasar terjadinya pergeseran pendekatan normatif ke positif menurut Watts dan Zimmerman (1986) dalam (Indira, 2004):

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

Menurut teori akuntansi positif, prosedur akuntansi yang digunakan oleh perusahaan tidak harus sama dengan yang lainnya, namun perusahaan diberi kebebasan untuk memilih salah satu alternatif prosedur yang tersedia

untuk meminimumkan biaya kontrak dan memaksimalkan nilai perusahaan. Dengan adanya kebebasan itulah, maka menurut Scott (2000) manajer mempunyai kecenderungan melakukan suatu tindakan yang menurut teori akuntansi positif dinamakan sebagai tindakan oportunistis (*opportunistic behavior*). Jadi, tindakan oportunistis adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memilih kebijakan akuntansi yang menguntungkan dan memaksimalkan kepuasan perusahaan tersebut.

Pengelompokan ini sejalan dengan tiga hipotesis utama dalam teori akuntansi positif (*positive accounting theory*) yang dikembangkan oleh Watt dan Zimmerman (1986) dalam (Sulistyanto, 2015), yaitu :

a) *Bonus Plan Hypothesis*

Untuk memotivasi agar manajer dapat menghasilkan kinerja yang terus meningkat, pemegang saham memberikan tawaran berupa bonus yang diperuntukkan manajer yang memiliki performa kinerja yang baik sesuai dengan standar yang diberlakukan.

Bonus plan Hypothesis menyatakan bahwa :

“managers of firms with bonus plan are more likely to use accounting methods that increase current period reported income”

Artinya : “manajer perusahaan dengan rencana bonus lebih cenderung menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan pendapatan yang dilaporkan periode berjalan”

Ada bukti empiris yang menyatakan bahwa perjanjian (kontrak) bisnis manajer dengan pihak lain merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat manajer laba yang dilakukan perusahaan (Belkaoui, 2007).

Kinerja manajemen diukur salah satunya melalui pencapaian laba usaha. Pengukuran kinerja berdasarkan laba dan skema bonus tersebut memotivasi para manajer untuk memberikan performa terbaiknya sehingga tidak menutup kemungkinan mereka melakukan manajemen laba.

Seandainya pada tahun tertentu kinerja sesungguhnya tidak mencapai batas target untuk memperoleh bonus, maka manajer akan melakukan pengolahan terhadap laba agar dapat mencapai target sehingga manajer tersebut memperoleh bonus. Sebaliknya, jika pada tahun tersebut kinerja atau laba yang diperoleh manajer jauh di atas jumlah yang ditentukan untuk memperoleh bonus, maka manajer akan mengatur agar laba yang dilaporkan tidak terlalu tinggi. Kelebihan laba yang tidak dilaporkan akan digunakan untuk mengantisipasi penurunan laba pada tahun berikutnya, sehingga manajer tidak kehilangan kesempatan memperoleh bonus pada tahun berikutnya.

b) Debt (Equity) Hypothesis

Selain melakukan kontrak bisnis dengan pemegang saham, untuk kepentingan ekspansi perusahaan manajer sering kali

melakukan beberapa kontrak bisnis dengan pihak ketiga, dalam hal ini adalah kreditor. Manajer harus menunjukkan performa yang baik dari perusahaan agar kreditor tertarik untuk menginvestasikan dananya diperusahaan, selain itu untuk mendapatkan pinjaman, hal tersebut juga berlaku untuk menjaga perjanjian utang. Jika suatu perusahaan mendapatkan dana dari kreditor, perusahaan berkewajiban menjaga rasio keuangannya agar berada pada batasan tertentu. Jika hal ini dilanggar, maka perjanjian utang akan dibatalkan (Belkaoui, 2007).

Debt (Equity) Hypothesis menyatakan bahwa :

“The large the firms debt to equity ratio, the more likely managers use accounting method that increase income”

Artinya : “Semakin besar rasio utang perusahaan terhadap ekuitas, semakin besar kemungkinan manajer menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan pendapatan”

Dalam konteks perjanjian utang, manajer akan mengelola dan mengatur labanya agar kewajiban utangnya yang seharusnya diselesaikan pada tahun tertentu dapat ditunda untuk tahun berikutnya. Hal ini merupakan upaya manajer untuk mengelola dan mengatur jumlah laba yang merupakan indikator kemampuan perusahaan dalam menyelesaikan kewajiban utangnya. Manajer akan melakukan pengelolaan dan pengaturan jumlah laba untuk menunda bebannya pada priode bersangkutan dan akan diselesaikan pada priode selanjutnya.

Hal ini dilakukan perusahaan agar dapat menggunakan dana tersebut untuk keperluan lainnya (Sulistyanto, 2015).

c) *Political Cost Hypothesis*

Alasan terakhir adalah pelanggaran regulasi pemerintah. Sejauh ini ada beberapa regulasi yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan dunia usaha, misalkan undang undang yang mengatur jumlah perpajakan. Undang undang yang mengatur jumlah pajak yang akan ditarik perusahaan berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan selama periode tertentu (Sulistyanto, 2015).

Political Cost Hypothesis menyatakan bahwa :

“Learge firms rather than small firms are more likely to use accounting choice that reduce reported profits”

Artinya : Perusahaan kecil daripada perusahaan kecil lebih cenderung menggunakan pilihan akuntansi yang mengurangi laba yang dilaporkan

Tindakan manajemen laba tidak hanya terjadi pada perusahaan go public dan selalu untuk kepentingan harga saham, tetapi juga kepentingan untuk perpajakan. Kepentingan ini lebih didominasi oleh perusahaan yang belum *go public*. Perusahaan yang belum *go public* cenderung melaporkan dan menginginkan untuk menyajikan laporan laba fisik yang lebih rendah dari nilai sebenarnya. Kecenderungan ini memotivasi manajer untuk bertindak kreatif untuk

melakukan manajemen laba agar seolah olah laba fisik yang dilaporkan lebih rendah tanpa melanggar aturan dan kebijakan akuntansi perpajakan

3. Manajemen Laba (*Earnings Management*)

a. Pengertian Manajemen Laba (*Earnings Management*)

Definisi manajemen laba menurut Fisher dan Rozenzweig (1995) dalam (Sulistyanto, 2015) yaitu :

“Earnings managements a action of a manager which serve to increase (decrease) current reported earnings of the unit which the manager is responsible without generating a corresponding increase (decrease) in long–term economic profitability of the unit”.

Artinya yaitu manajemen laba adalah tindakan–tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba priode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang.

Manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan. Manajemen laba sebagai suatu proses mengambil langkah yang disengaja dalam batas prinsip akuntansi yang berterima umum baik didalam maupun diluar batas *General Accepted Princips* (GAAP) (Hwihanus dan H. Qurba, 2010)

Menurut Sugiri (1998) dalam (Widyaningdyah, 2001) definisi manajemen laba dibagi menjadi dua yaitu :

1) Definisi Sempit

Earnings management dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Earning management dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajemen untuk “Bermain” dengan komponen discretionary accruals dalam menentukan besarnya earnings.

2) Definisi Luas

Earnings management merupakan tindakan manajemen untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit yang dimana seorang manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.

Muliati (2011) menyatakan bahwa definisi manajemen laba mengandung beberapa aspek. Pertama intervensi manajemen laba terhadap pelaporan keuangan dapat dilakukan dengan menggunakan pertimbangan, misalnya pertimbangan yang dibutuhkan dalam mengestimasi sejumlah peristiwa ekonomi dimasa depan untuk ditunjukkan dalam laporan keuangan, seperti memberikan informasi mengenai keuntungan ekonomi yang sesungguhnya tidak dialami perusahaan. Disamping itu manajer juga mempunyai berbagai pilihan dalam penentuan metode akuntansi yang digunakan. Kedua, tujuan manajemen laba untuk menyesatkan *stakeholders* mengenai kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil perjanjian (kontrak) yang tergantung pada angka angka yang dihasilkan. Hal

ini dapat terjadi karena manajemen memiliki akses informasi yang lebih banyak yang tidak didapat dari pihak luar.

b. Motivasi Manajemen Laba

Passer dan Smith (2008) mendefinisikan motivasi sebagai sebuah proses yang mempengaruhi arah, ketekunan, dan ketakutan perilaku individu atau organisasi dalam mencapai suatu tujuan. Melalui pendekatan kognitif, perilaku pencapaian tujuan ini dibentuk dalam dua faktor yaitu faktor ekspektasi dan faktor imbalan yang diformulasikan dalam matematis sebagai berikut :

$$\text{Motivasi} = \text{Ekspektasi} \times \text{Imbalan}$$

Dalam konteks manajemen laba suatu badan usaha akan semakin termotivasi untuk berperilaku kreatif dalam memanfaatkan teknik dan kebijakan akuntansi ketika badan usaha ini memiliki keyakinan (ekspektasi) akan menerima imbalan atas tindakan kreatifnya tersebut. Semakin tinggi imbalan yang akan didapatkan, semakin tinggi pula ekspektasi yang diterapkan sehingga motivasi untuk mencapai nilai tersebut pun semakin besar.

Secara umum ada beberapa motivasi yang mendorong manajer untuk berperilaku oportunistik, yaitu : motivasi bonus, kontrak, politik, pajak dan hal hal yang dapat mendorong seorang manajer untuk melakukan manajemen laba.

c. Teknik Manajemen Laba

Manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000) dalam (Muliati, 2011) dapat dilakukan dengan tiga teknik manajemen laba yaitu :

- a) Memanfaatkan peluang untuk membuat eliminasi akuntansi.

Cara manajemen mempengaruhi laba melalui *judgment* (pertimbangan) terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu penyusutan aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi dan lain sebagainya.

- b) Mengubah metode akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi. Seperti : mengubah metode persediaan dari metode FIFO menjadi metode AVERAGE.

- c) Menggeser biaya periode atau pendapatan

Salah satu contoh teknik penggeseran biaya periode atau pendapatan seperti: mempercepat atau menunda biaya untuk penelitian dan pengembangan hingga periode berikutnya agar laba yang diperoleh tahun ini lebih besar

d. Pola Dalam Manajemen Laba

Menurut Scott (2006) dalam Muliati (2011) terdapat empat pola dalam manajemen laba yang dapat dilakukan yaitu :

- 1) *Taking a bath*, yaitu pola yang dapat terjadi selama reorganisasi dan juga pada periode pendapatan CEO baru dengan melaporkan kerugian dengan jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba perusahaan dimasa mendatang.
- 2) *Income minimization*, yaitu pola minimalisasi laba yang dipilih untuk alasan politis perusahaan selama perusahaan berada pada periode kenaikan laba yang cukup drastis. Contohnya : penghapusan aset tetap berwujud dan tak berwujud dan biaya iklan.
- 3) *Income maximization*, yaitu yang dilakukan manajer saat laba perusahaan dibawah target dengan tujuan memperoleh bonus. Selain itu, perusahaan yang dekat dengan pelanggaran perjanjian utang dapat memungkinkan untuk memaksimalkan laba
- 4) *Income smoothing*, yaitu pola yang 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.

4. Profitabilitas

Profitabilitas merupakan salah satu tolak ukur yang digunakan oleh para pihak investor dalam melakukan penilaian terhadap kinerja perusahaan guna pengambilan keputusan investasi yang akan dilakukan. Profitabilitas digunakan untuk mengukur seberapa besar perolehan laba yang dihasilkan

oleh perusahaan, semakin tinggi tingkat profitabilitas maka semakin baik pula kinerja manajemen perusahaan tersebut. Menurut Yuniep (2018) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Irawati (2006) menyatakan bahwasannya rasio keuntungan atau *profitability ratios* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur efisiensi penggunaan aktiva perusahaan atau merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba selama priode tertentu (biasanya pertahun, triwulan dan sebagainya) untuk melihat kemampuan perusahaan dalam beroperasi secara efisien.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas, dapat disimpulkan bahwasannya rasio profitabilitas merupakan salah satu alat ukur yng digunakan untuk menilai atau mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen dalam mengelola perusahaan dilihat dari tingkat keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan dan investasi.

Tujuan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2011), yaitu :

- a) Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu priode tertentu
- b) Untuk menilai posisi laba perusahaan tahunan sebelumnya dengan tahun sekarang
- c) Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d) Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri

- e) Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Manfaat dari rasio profitabilitas :

- a) Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
- b) Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang
- c) Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu
- d) Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal modal sendiri
- e) Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri

Riyanto (2001) mengklasifikasikan angka-angka rasio profitabilitas sebagai berikut :

- a) Profitabilitas dalam kaitannya dengan penjualan dengan menggunakan rasio margin laba kotor dan margin laba bersih
- b) Profitabilitas dengan hubungannya dengan investasi, menggunakan dua pengukuran yaitu ROI (*Return On Investment*) dan ROA (*Return On Asset*) dimana ROA digunakan untuk mengukur efektifitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan memanfaatkan aktiva yang dimiliki.

5. *Leverage*

Leverage adalah penggunaan aktiva atau dana dimana untuk pengungkapan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap atau membayar biaya tetap Ambarwati (2016). *Leverage* merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva perusahaan. Rasio ini menunjukkan besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan yang dibiayai dengan utang. Semakin tinggi nilai *leverage* maka rasio yang dihadapi investor akan semakin tinggi dan para investor akan meminta keuntungan yang semakin besar

Leverage adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas. *Leverage* merupakan pedang bermata dua yang mana jika laba perusahaan dapat diperbesar, maka begitu pula dengan kerugiannya. Dengan kata lain, penggunaan *leverage* dalam perusahaan bisa saja meningkatkan laba perusahaan, tetapi bila terjadi sesuatu yang tidak sesuai harapan, maka perusahaan dapat mengalami kerugian yang sama dengan presentase laba yang diharapkan, bahkan mungkin saja lebih besar (Van Home, 2007).

Leverage dalam konteks bisnis terdiri atas dua macam yaitu : *leverage* operasional (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*). Van Home (2007) juga menyatakan bahwa *leverage* ini menjadi tahapan dalam proses pembesaran laba perusahaan :

1) *Operating leverage*

Operating leverage adalah ukuran bagi risiko operasi (*operating risk/bussines risk*) yang dapat diketahui dari biaya tetap untuk kegiatan

operasi (*fix operating cost*) dan dapat dilihat melalui laba rugi (Moeljadi, 2006). Rodoni dan Ali (2010) menyatakan bahwa *operating leverage* merupakan penggunaan aktiva dimana untuk penggunaan tersebut perusahaan harus menutup biaya tetap. Biaya tetap adalah semua biaya operasi tetap seperti: depresiasi. Sewa gedung, gaji pegawai dan lain lain.

2) *Financial leverage*

Financial leverage adalah ukuran bagi risiko keuangan dan dapat diketahui dari biaya tetap dari dana hutang yang digunakan, yang dimana *financial leverage* yang tinggi akan menyebabkan *financial risk* juga tinggi sehingga biaya modal juga akan semakin tinggi (Moeljadi, 2006). Rodoni dan Ali (2010) menyatakan bahwa *financial leverage* merupakan penggunaan modal pinjaman disamping modal sendiri dan untuk itu perusahaan harus membayar beban tetap berupa bunga.

6. Umur Perusahaan

Umur perusahaan adalah umur sejak berdirinya perusahaan hingga mampu menjalankan operasinya. Secara teoritis perusahaan yang telah lama berdiri akan dipercaya oleh penaruh modal (Investor) dari pada perusahaan yang baru berdiri. Perusahaan yang sudah lama berdiri diasumsikan akan dapat menghasilkan laba yang tinggi dari pada perusahaan yang baru berdiri. Akibatnya perusahaan yang baru berdiri akan kesulitan dalam memperoleh

dana dipasar modal sehingga lebih mengandalkan modal sendiri (Zen dan Herman, 2007).

Umur perusahaan merupakan salah satu hal yang menjadi pertimbangan investor dalam melakukan penilaian terhadap suatu perusahaan sebelum menanamkan modalnya. Umur perusahaan juga dapat menggambarkan kemampuan bertahan suatu perusahaan, dan menunjukkan bahwa perusahaan mampu bersaing dalam perekonomian. Perusahaan yang telah lama berdiri umumnya memiliki profitabilitas yang lebih stabil dibandingkan dengan perusahaan yang baru berdiri.

7. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala atau nilai dimana perusahaan dapat diklasifikasikan besar kecilnya berdasarkan total aktiva, long *size*, nilai saham, dan lain sebagainya. Ukuran perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Jika semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasarnya maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Ketiga indikator tersebut dapat digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar ukuran perusahaan tersebut. Misalnya yaitu : semakin besar aktiva maka akan semakin banyak modal yang ditahan, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang dan semakin besar kapitalisasi pasar maka akan semakin besar pula perusahaan itu dikenal dalam masyarakat.

Menurut Hadri Kusuma (2005) dalam (Ambarwati, 2016), ada tiga teori secara implisit menjelaskan hubungan antara ukuran perusahaan dan tingkat keuntungan, antara lain :

- a. Teori teknologi, yang menekankan pada modal fisik, *economies of scale*, dan lingkup sebagai faktor faktor yang menentukan besarnya ukuran perusahaan yang optimal serta pengaruhnya terhadap profitabilitas.
- b. Teori organisasi, menjelaskan hubungan profitabilitas dengan ukuran perusahaan yang dikaitkan dengan biaya transaksi organisasi.
- c. Teori institusional, mengaitkan ukuran perusahaan dengan faktor faktor seperti sistem perundang-undangan, peraturan anti-rust, perlindungan paten, ukuran pasar dan perkembangan pasar keuangan.

Salah satu faktor yang memotivasi manajer melakukan manajemen laba adalah *political motivations* (motivasi politik). *Political motivations* dalam akuntansi positif menjelaskan manajemen dalam menyiasati berbagai regulasi pemerintah. Perusahaan yang terbukti menjalankan praktik pelanggaran terhadap regulasi anti *trust* dan anti monopoli, manajernya melakukan manajemen laba dengan menurunkan laba yang dilaporkan. Perusahaan juga melakukan manajemen laba untuk menurunkan laba dengan tujuan untuk menghindari pembayaran pajak penghasilan yang terlalu tinggi. Pemilihan metode akuntansi dalam pelaporan laba akan memberikan hasil yang berbeda terhadap laba yang dipakai sebagai dasar perhitungan pajak (Scott, 2003) dalam (Wibisana dan Ratnaningsih, 2014).

Ukuran perusahaan sangat berpengaruh kepada struktur pendanaan dengan didasarkan pada kenyataan bahwa semakin besar ukuran perusahaan maka akan ada kecendrungan untuk menggunakan jumlah pinjaman yang lebih besar pula. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar memiliki kebutuhan dana yang besar. Dan salah satu pemenuhan dana yang tersedia adalah pendanaan eksternal. Pendanaan eksternal ini dapat diperoleh dari penerbitan saham, penerbitan obligasi dan hutang, sehingga dalam rangka pemenuhan kebutuhan pendanaan tersebut perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas implementasi *corporate govenance* dalam menjalankan perusahaan.

B. Hasil Penelitian dan Pengembangan Hipotesis

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Jika semakin tinggi rasio profitabilitas maka semakin baik pula tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Pada umumnya nilai profitabilitas suatu perusahaan dapat digunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Jika semakin tinggi profitabilitas suatu perusahaan maka kinerja dan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba juga akan semakin meningkat. Penelitian ini memproksikan profitabilitas melalui *Return on Asset* (ROA). Dengan menggunakan rasio ini, dapat mengukur kinerja perusahaan dalam mengelola aset yang tersedia untuk menghasilkan laba setelah pajak.

Semakin tinggi ROA, maka tingkat keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan juga akan semakin tinggi, sehingga kemampuan untuk memberikan *return* kepada investor juga semakin tinggi. Semakin tinggi profitabilitas yang dihasilkan perusahaan maka semakin rendah tingkat manajer dalam melakukan manajemen laba.

Noviyanti (2014) melakukan penelitian mengenai pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Agustina (2012) juga mengungkapkan bahwa semakin rendah profitabilitas yang dimiliki perusahaan, maka semakin tinggi manajer perusahaan dalam memajemen laba sehingga perusahaan dapat memperoleh laba yang di inginkan secara optimal. Berdasarkan uraian diatas maka dapat ditarik kesimpulan bahwasannya ketika profitabilitas yang dimiliki oleh perusahaan semakin rendah maka perusahaan akan melakukan manajemen laba dikarenakan laba yang dimiliki perusahaan tidak sesuai dengan apa yang telah diharapkan oleh perusahaan, jika sebaliknya ketika profitabilitas yang dimiliki perusahaan semakin tinggi maka perusahaan tidak akan melakukan manajemen laba dikarenakan laba yang dihasilkan sudah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh perusahaan, sehingga nantinya perusahaan akan mendapat pandangan positif dari pihak investor dengan demikian investor akan berinvestasi kedalam perusahaan. Dari logika yang diuraikan di atas, maka hipotesis yang akan diajukan pertama adalah sebagai berikut :

H1: Profitabilitas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

2. Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba

Rasio ini menunjukkan besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan yang dibiayai oleh utang, artinya seberapa besar utang yang ditanggung oleh perusahaan dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan (Kasmir, 2010). Penelitian ini memproksikan *leverage* melalui *Debt of Assets Ratio* (DAR). Dengan menggunakan proksi tersebut dapat melihat perbandingan antara utang dan aktiva yang digunakan untuk dijadikan jaminan dalam pembayaran utang pada sewaktu-waktu perusahaan *default*.

Purwanti (2012) berpendapat bahwasannya perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi akibat besarnya jumlah utang dibandingkan aktiva yang dimiliki perusahaan, diduga akan melakukan manajemen laba karena perusahaan terancam *default* yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada tepat waktu. Perusahaan akan menghindarinya jika hal tersebut terjadi dengan membuat kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan maupun laba, dengan demikian akan memberikan persetujuan (*bargaining*) yang baik dalam negosiasi atau penjadwalan ulang utang perusahaan.

Hal tersebut sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwasannya telah terjadi asimetri informasi antara manajer (agen) dengan pemilik (principal). Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana pihak agen (manajer) memiliki akses informasi yang lebih luas dibandingkan pihak principal, sehingga manajer lebih leluasa dalam memanajemen labanya.

Agustina dan Rice (2012), Rini Demi Pengestuti (2015), Rewita dan Afifudin (2017), dan Dini dan Musodah (2017) meneliti pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdapat di Bursa Efek Indonesia (BEI) menunjukkan bahwasannya *leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Dari logika yang diuraikan di atas, maka hipotesis yang akan diajukan kedua adalah sebagai berikut :

H2 : Leverage berpengaruh positif terhadap manajemen laba

3. Pengaruh Umur Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Umur perusahaan adalah lamanya suatu perusahaan berdiri dan menjalankan kegiatan operasionalnya, apakah perusahaan tersebut tergolong perusahaan baru atau perusahaan lama. Perusahaan yang baru berdiri terkadang tidak mendapat perhatian yang lebih besar dari pihak eksternal baik itu investor, kreditor, pemerintah atau pun pihak lainnya dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri. Dari segi kepercayaan juga perusahaan yang telah baru berdiri akan kesulitan mendapatkan kepercayaan dari pihak investor dalam menginvestasikan dananya dibandingkan perusahaan yang telah lama berdiri. Perusahaan yang baru berdiri dianggap belum memiliki pengalaman yang lebih baik dalam mencari sumber keuntungan dibandingkan dengan perusahaan yang lama berdiri berdiri sudah mendapatkan relasi dari berbagai sumber dalam mencari keuntungan. Akibatnya perusahaan yang baru berdiri akan mengalami kesulitan dalam memperoleh sumber dana sehingga lebih mengandalkan modal sendiri (Zen dan Herman, 2007).

Untuk dapat menarik minat investor agar dapat meninvestasikan modalnya dananya diperusahaan yang baru berdiri, perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk menyakinkan investor dengan cara memperlihatkan performa yang baik dalam pengelolaan operasionalnya yaitu dari segi laba yang dihasilkan oleh perusahaan. Sehingga perusahaan baru akan lebih cenderung mengelolah laba yang dihasilkan dengan berbagai cara (manajemen laba) sehingga dapat menarik minat investor dalam menginvestasikan dananya.

Berdasarkan hasil uraian tersebut dapat disimpulkan bahwasannya perusahaan yang baru berdiri akan cenderung kesulitan dalam menarik minat investor dikarenakan kurangnya perhatian dari para investor dalam menghasilkan laba sehingga perusahaan baru akan cenderung manajemen laba yang dilaporkan dalam laporan keuangannya. dengan demikian perusahaan baru akan lebih banyak melakukan manajemen laba guna untuk menarik minat investor, sedangkan perusahaan yang sudah lama berdiri diyakini sudah memiliki pengalaman dalam memperoleh keuntungan dan juga mendapat reputasi yang baik dimata investor. Hal tersebut sejalan dengan teori agensi, yang menyatakan bahwasannya telah terjadi asimetri informasi antara manajer (agen) dengan pemilik (principal). Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana pihak agen (manajer) memiliki akses informasi yang lebih luas dibandingkan pihak principal, sehingga manajer lebih leluasa dalam manajemen labanya.

Hadiprajitno (2013) menyatakan bahwasannya umur perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Dari logika yang diuraikan di atas, maka hipotesis yang akan diajukan ketiga adalah sebagai berikut :

H3 : Umur perusahaan berpengaruh Positif terhadap manajemen laba

4. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan pada dasarnya adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan yang didasarkan kepada total aset perusahaan. Semakin besar total aktiva maka semakin besar ukuran perusahaan tersebut (Aryani, 2011). Pengukuran menggunakan total aktiva lebih stabil dibandingkan dengan pengukuran yang lainnya. Perusahaan yang memiliki aktiva besar akan semakin banyak modal yang ditanam pada perusahaan tersebut. Purwanti (2015) menyatakan perusahaan besar merupakan emiten yang banyak disoroti dan menghadapi risiko politis yang lebih besar. Salah satu cara yang dapat dilakukan untuk mengurangi tekanan tersebut adalah dengan melakukan manajemen laba. Dengan adanya manajemen laba perusahaan akan mengurangi politis yang akan diberlakukan oleh pemerintah. Menurut Prambudi dan Sumantri (2014) perusahaan besar akan melakukan manajemen laba yang lebih tinggi sedangkan perusahaan yang lebih kecil akan melakukan manajemen laba lebih sedikit. Hal ini dikarenakan total aktiva yang dimiliki perusahaan lebih besar sehingga akan melakukan manajemen laba yang besar. Dari logika yang diuraikan diatas, maka hipotesis yang akan diajukan keempat adalah sebagai berikut:

H4 : Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

C. Model Penelitian

Berdasarkan pengembangan hipotesis tersebut, keempat hipotesis tersebut dapat diringkas dalam model teoritis penelitian seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini :

