

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi

Jensen dan Meckling (1976) dalam Muliati (2011) mengatakan bahwa hubungan antara pemilik dan pemegang saham (prinsipal) dengan manajer (agen/investor) dalam memberikan suatu jasa setelah itu mendelegasikan wewenang dalam pengambilan keputusan. Eisenhardt (1989) dalam Sabeni (2005) menyebutkan tiga asumsi sifat manusia dalam penggunaan teori agensi diantaranya: (1) Manusia yang mementingkan diri sendiri (self interest). (2) keterbatasan pemikiran manusia tentang persepsi masa mendatang (bounded rationality). (3) Manusia selalu mengantisipasi risiko (risk adverse).

Pemilik (*principal*) terdorong mengikat kontrak supaya memaksimalkan profitabilitas dan kesejahteraannya. Sedangkan manajer (agent) terdorong untuk meningkatkan ekonomi dan psikologinya, yaitu dengan mendapatkan investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi. Adanya kepentingan yang berbeda antara agen dan prinsipal untuk memaksimalkan kesejahteraan merupakan dasar dari teori agensi.

Dibutuhkan kesepakatan tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak untuk menghindari konflik keagenan.

2. Teori Positif (*Positive Accounting Theory*)

Teori akuntansi positif sering dikaitkan dalam pembahasan mengenai manajemen laba (*earnings management*). Teori akuntansi positif menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen dalam memilih prosedur akuntansi yang optimal dan mempunyai tujuan tertentu. 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 oportunistik (*opportunistic behavior*).

Jadi, tindakan oportunistik adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan dalam memilih kebijakan akuntansi yang menguntungkan dan memaksimalkan kepuasan perusahaan tersebut. Ada berbagai motivasi yang mendorong dilakukannya manajemen laba. Teori akuntansi positif (*positive accounting theory*) mengusulkan tiga hipotesis motivasi

manajemen laba yang dihubungkan oleh tindakan oportunistik yang dilakukan oleh perusahaan (Watts dan Zimmerman, 1990) dalam Januarti (2004). Tiga hipotesis menurut Watts dan Zimmerman (1990) dalam Wiyadi (2016) dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Hipotesis program bonus (*the bonus plan hypothesis*)

Hipotesis ini menyatakan bahwa perusahaan yang menggunakan *bonus plan* akan cenderung untuk menggunakan metode-metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode berjalan. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan bonus yang akan mereka peroleh karena seberapa besar tingkat laba yang dihasilkan seringkali dijadikan dasar dalam mengukur keberhasilan kinerja. Jika besarnya bonus tergantung pada besarnya laba, maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan bonusnya dengan meningkatkan laba setinggi mungkin. Dengan demikian, diperkirakan bahwa perusahaan yang mempunyai kebijakan pemberian bonus yang berdasarkan pada laba akuntansi, akan cenderung memilih prosedur akuntansi yang meningkatkan laba tahun berjalan.

2) Hipotesis perjanjian utang (*the debt covenant hypothesis*)

Hipotesis ini berkaitan dengan syarat-syarat yang harus dipenuhi perusahaan di dalam perjanjian utang (*debt covenant*). Sebagian perjanjian utang mempunyai syarat-syarat yang harus dipenuhi peminjam selama

masa perjanjian. Dinyatakan pula jika perusahaan mulai mendekati suatu pelanggaran terhadap perjanjian utang (*debt covenant*), maka perusahaan tersebut akan berusaha menghindari terjadinya (*debt covenant*) dengan cara memilih metode akuntansi yang meningkatkan laba. Pelanggaran terhadap perjanjian utang (*debt covenant*) dapat menimbulkan suatu biaya serta dapat menghambat kinerja manajemen. Sehingga dengan meningkatkan laba perusahaan berusaha untuk mencegah atau setidaknya menunda hal tersebut.

3) Hipotesis biaya politik (*the political cost hypothesis*)

Dalam hipotesis ini dinyatakan bahwa semakin besar biaya politik yang dihadapi oleh perusahaan maka semakin besar pula kecenderungan perusahaan menggunakan pilihan akuntansi yang dapat mengurangi laba, karena perusahaan yang memiliki tingkat laba yang tinggi dinilai akan mendapat perhatian yang luas dari kalangan konsumen dan media yang nantinya juga akan menarik perhatian pemerintah dan regulator sehingga menyebabkan terjadinya biaya politis, diantaranya muncul intervensi pemerintah, pengenaan pajak yang lebih tinggi, dan berbagai macam tuntutan lain yang dapat meningkatkan biaya politis.

Dari definisi diatas, peneliti dapat melihat hubungan teori akuntansi positif (*positive accounting theory*) dengan penelitian ini. Seperti yang telah dijelaskan dalam teori akuntansi positif (*positive accounting theory*) ada berbagai motivasi yang mendorong dilakukannya manajemen laba.

3. *Leverage*

Rasio-rasio keuangan yang termasuk dalam kategori rasio *leverage* merupakan rasio-rasio yang menjelaskan proporsi besarnya sumber-sumber pendanaan jangka pendek atau jangka panjang terhadap ekuitas perusahaan. *Leverage* dalam penelitian ini adalah perbandingan antara total hutang pada ekuitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menjamin seluruh hutangnya dengan modal yang dimilikinya. Menurut Jiambalvo (1996) seperti dikutip oleh Widyaningdyah (2001), perusahaan dengan rasio *leverage* yang tinggi, diduga melakukan manajemen laba.

Manajemen laba dilakukan untuk dapat memberikan posisi yang lebih baik yang berkaitan dengan sumber dana eksternal atau pada saat terjadi negosiasi ulang apabila perusahaan benar-benar tidak dapat melunasi kewajibannya. Veronica (2006) menyebutkan bahwa di dalam teori akuntansi positif, semakin dekat perusahaan dengan pelanggaran perjanjian hutang yang berbasis akuntansi, lebih memungkinkan manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang memindahkan laba yang dilaporkan dari periode masa mendatang ke periode saat ini. Hal tersebut dilakukan karena laba bersih yang dilaporkan naik akan mengurangi kemungkinan kegagalan membayar hutang – hutangnya pada masa mendatang. Ketika perusahaan mempunyai rasio *leverage* yang tinggi maka cenderung

melakukan tindakan manajemen laba karena perusahaan terancam tidak bisa memenuhi kewajiban membayar hutangnya tepat waktu.

4. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya suatu perusahaan (*size*). Terdapat dua pandangan tentang hubungan ukuran perusahaan dengan manajemen laba. Ditinjau dari hubungan positif, semakin besar suatu perusahaan, tingkat kerumitan perusahaan juga akan semakin tinggi dibanding perusahaan kecil sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan manajemen laba. Perusahaan besar memerlukan banyak biaya dalam melakukan usahanya, contoh: biaya iklan, biaya promosi, biaya politik, biaya gaji, dan lain-lain yang akan mengurangi profitabilitas perusahaan, padahal tujuan umum dari suatu perusahaan adalah mendapatkan *profit* sebesar-besarnya, maka dari itu kemungkinan melakukan manajemen laba lebih besar.

Sudarmadji dan Sularto (2007) dalam Nugraha (2010) menyatakan, Ukuran perusahaan dapat berpengaruh terhadap manajemen laba karena Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan perataan laba dibandingkan perusahaan – perusahaan kecil karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pihak luar. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba karena ukuran perusahaan yang berukuran besar merupakan perusahaan yang memiliki tingkat

penjualan lebih besar, tingkat kestabilan perusahaan lebih tinggi dan melibatkan lebih banyak pihak. Karena pengambilan keputusan yang dilakukan perusahaan besar berpengaruh terhadap publik, sehingga masyarakat lebih mengenal perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil.

Menurut Budhijono (2006), semakin besar perusahaan maka akan mendapat perhatian dari banyak pihak terutama pemerintah dan masyarakat. Perusahaan akan mempermainkan jumlah laba untuk menarik investor agar menanamkan saham pada perusahaan. Juniarti dan Corolina (2005) menyatakan perusahaan yang berukuran besar cenderung untuk menghindari laba yang berfluktuatif drastis. Laba yang meningkat drastis akan berdampak pada pemungutan pajak yang dilakukan pemerintah, sedangkan laba yang menurun drastis akan memberikan pandangan yang kurang baik. Semakin besar perusahaan maka biaya politik perusahaan juga besar, biaya politik muncul dikarenakan probabilitas perusahaan yang tinggi akan dapat menarik perhatian pihak eksternal perusahaan.

Menurut Sawir (2004) dalam penelitian Sosiawan (2012) ukuran perusahaan dinyatakan sebagai determinan dari struktur keuangan, diantaranya :

- 1) Ukuran perusahaan memudahkan perusahaan untuk memperoleh dana dari pasar modal.

- 2) Ukuran perusahaan menentukan kekuatan tawar-menawar dalam kontrak keuangan.
- 3) Terdapat kemungkinan pengaruh skala dalam biaya dan return membuat perusahaan yang lebih besar dapat memperoleh lebih banyak laba.

Variabel ukuran perusahaan diukur dengan Logaritma Natural (\ln) dari total aktiva. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data total aktiva perlu di \ln kan. Logaritma Natural sendiri adalah Logaritma yang berbasis e adalah 2,7182818...yang terdefiniskan untuk semua bilangan real positif x dan dapat juga didefinisikan untuk bilangan yang kompleks yang bukan nol.

5. Asimetri informasi

Asimetri informasi adalah suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Jensen dan Meckling (1976) dalam Muliati (2011) menambahkan, jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka agen tidak akan bertindak yang terbaik untuk kepentingan prinsipal. Prinsipal dapat membatasinya dengan

menetapkan insentif yang tepat bagi agen dengan melakukan monitoring yang didesain untuk membatasi aktivitas agen yang menyimpang.

Asimetri informasi antara manajer dengan pemilik memberikan peluang kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Adanya asumsi bahwa manajer bertindak untuk memaksimalkan dirinya sendiri mengakibatkan mereka memanfaatkan kesempatan untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui prinsipal. Menurut Scott (2006) dalam Darmawan dan Putra (2014) terdapat dua tipe asimetri informasi, yaitu: *adverse selection* dan *moral hazard*. *Adverse selection* adalah jenis asimetri informasi dalam mana satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial memiliki informasi lebih atas pihak-pihak lain.

Adverse selection terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (*insiders*) lainnya lebih mengetahui kondisi kini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar. Sedangkan *Moral Hazard* adalah jenis asimetri informasi dimana satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi sedangkan pihak lainnya tidak. *Moral hazard* dapat terjadi karena ada pemisahan antara kepemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan.

6. Manajemen Laba

Healy dan Wallen (1999) dalam Priantinah (2008) menyebutkan bahwa Manajemen laba merupakan perubahan laporan keuangan menggunakan *judgement* sehingga dapat mengelabui *stakeholder* dalam melihat kinerja ekonomi perusahaan. Menurut Schipper (1989) dalam Rahmawati dkk, (2006) juga mengartikan bahwa manajemen laba merupakan suatu tindakan dalam proses keuangan yang bertujuan untuk mendapat keuntungan pribadi bagi pihak tertentu..

Menurut Setiawati dan Na'im (2000) terdapat tiga teknik dalam melakukan manajemen laba adalah (1) memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi (2) mengubah metode akuntansi Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, (3) menggeser periode biaya dan pendapatan.

Jenis-jenis manajemen laba menurut Scott (2000) dalam Rahmawati (2006) adalah pertama, *taking a bath* yang terjadi pada periode berjalan ketika manajer dalam kewajibannya melaporkan laporan keuangan dalam jumlah yang benar pada saat pergantian CEO. Kedua, *income minimization* yaitu dengan meminimalisir laporan laba dari keadaan yang sesungguhnya. Ketiga, *income maximization* yaitu memaksimalkan laba. Dan keempat yaitu bentuk manajemen laba yang sering digunakan oleh pihak manajemen (*income smoothing*).

Scott (2000) dalam Muliati (2011) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba :

1) *Bonus Purposes*

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara *oportunistic* untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini (Healy, 1999).

2) *Political Motivations*

Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3) *Taxation Motivations*

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metoda akuntansi digunakan dengan tujuan penghematan pajak pendapatan.

4) Pergantian *CEO*

CEO yang hampir pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

5) *Initial Public Offering (IPO)*

Perusahaan yang akan *go public* belum memiliki nilai pasar menyebabkan manajer perusahaan yang akan *go public* melakukan

manajemen laba dalam dokumen mereka dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan.

6) Pentingnya Memberi Informasi Kepada Investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik.

B. Penurunan Hipotesis

1. Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen laba

Rasio leverage menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Rasio leverage juga menunjukkan rasio yang dihadapi perusahaan, semakin besar risiko yang dihadapi perusahaan maka ketidakpastian untuk menghasilkan laba di masa depan juga akan meningkat, maka dari itu banyak manajemen yang memanipulasi laporan keuangannya agar dapat memberikan informasi yang salah terhadap kreditur dan investor sehingga para kreditur dan investor tidak mengambil investasinya pada perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Widyaningdyah (2001) mengatakan bahwa *leverage* berhubungan positif signifikan terhadap manajemen laba. Besar dan kecilnya hutang dalam perusahaan akan berpengaruh terhadap manajemen laba. Manajemen diwajibkan mengelola tingkat hutang tersebut dengan baik agar perusahaan tidak mengalami *default* dan untuk

menghindarinya, Perusahaan akan berusaha agar pendapatan maupun laba meningkat. Pengukuran *leverage* dalam penelitian ini menggunakan ukuran dengan total hutang dibagi dengan total aset.

Penelitian yang dilakukan oleh Yuliana (2011) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *leverage* tidak mempengaruhi manajemen laba. Perusahaan memiliki *leverage* yang aman sehingga perusahaan dapat membayar kewajiban yang dibiayai oleh asetnya. Manajer akan tetap menjaga kualitas laporan keuangan tanpa melakukan manajemen laba sedangkan Yamaditya (2014) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Investor yang melihat rasio *leverage* tinggi lebih memilih untuk tidak berinvestasi pada perusahaan tersebut karena dikhawatirkan aset yang tinggi diperoleh dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Selaras dengan penelitian Yamaditya (2014), Agustia (2013) menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba karena perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi aktivasinya, maka akan cenderung melakukan manipulasi dalam bentuk manajemen laba. Perusahaan yang memiliki *leverage* tinggi cenderung mengatur laba yang dilaporkan dengan menaikkan atau menurunkan laba periode masa datang ke periode saat ini. Berdasarkan uraian tersebut maka dirumuskan hipotesis :

H1: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Perusahaan besar berperan sebagai pemegang kepentingan yang lebih luas sehingga menimbulkan berbagai kebijakan perusahaan besar yang berdampak besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Penelitian yang dilakukan oleh Nugraha (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Perusahaan berukuran sedang dan besar tidak terbukti lebih agresif melakukan manajemen laba untuk menghindari pelaporan kerugian (*earnings losses*).

Rohman (2013) menyebutkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan dalam penelitian ini merupakan suatu indikator besar kecilnya perusahaan yang nampak dalam nilai total aset perusahaan. Perusahaan besar merupakan perusahaan yang memiliki tingkat penjualan lebih besar, tingkat keseimbangan perusahaan lebih tinggi dan melibatkan lebih banyak pihak. Masyarakat lebih mengenal perusahaan besar dibandingkan perusahaan kecil dikarenakan pengambilan keputusan oleh perusahaan besar sangat berpengaruh terhadap publik.

Perusahaan besar memungkinkan melakukan manajemen laba karena mempunyai aktivitas operasional yang lebih kompleks dan memiliki biaya

politik yang lebih besar dibandingkan perusahaan kecil. Dalam *ceteris paribus* semakin besar biaya politik perusahaan, semakin mungkin manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang menanggungkan laporan laba periode sekarang ke periode mendatang.

Sejalan dengan penelitian Rohman (2013), Ningsiptiti (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba yang berarti perusahaan besar cenderung memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan manajemen laba karena perusahaan besar menjadi subjek pengawasan ketat dari pemerintah dan masyarakat luas serta tekanan dari *stakeholders*. Untuk memenuhi harapan pihak terkait proses politik tersebut, manajemen perusahaan cenderung melakukan manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa besar kecilnya total penjualan yang dimiliki perusahaan yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan berdampak terhadap manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Berdasarkan penjelasan tersebut, hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba.

3. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba

Teori keagenan memiliki asumsi bahwa setiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik

kepentingan antara pemilik dengan manajer. Pihak pemilik termotivasi mengadakan kontrak untuk mensejahterakan dirinya dengan profitabilitas yang selalu meningkat. Manajer termotivasi untuk memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologinya terutama dalam hal memperoleh investasi, pinjaman, maupun kontrak kompensasi (Jao dan Pagalung, 2011). Pemilik tidak memiliki informasi yang cukup tentang kinerja manajer, sehingga pemilik tidak dapat memonitor aktivitas manajer untuk memastikan bahwa manajer bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham. Sedangkan manajer memiliki lebih banyak informasi mengenai kapasitas dirinya, lingkungan kerja, dan perusahaan secara keseluruhan. Kondisi inilah yang menyebabkan terjadinya kesenjangan (asimetri) informasi yang dimiliki manajer dengan pemilik. Jadi asimetri informasi yang terjadi dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunistik, yaitu demi memperoleh keuntungan pribadi (Ujiyantho, 2007).

Keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajer melakukan tindakan manajemen laba. Manajemen laba dapat diartikan sebagai campur tangan manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan guna mencapai tingkat laba tertentu dengan tujuan untuk menguntungkan dirinya sendiri atau perusahaannya sendiri (Saputro dan Setiawati, 2002). Keadaan dimana manajer memiliki akses informasi perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan dan menyebabkan

melakukan manajemen laba. Informasi yang dimiliki oleh pemegang saham lebih sedikit dari manajer, manajer akan lebih mudah memanfaatkan fleksibilitas yang dimilikinya untuk melakukan manajemen laba. Fleksibilitas manajemen untuk melakukan manajemen laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar.

Kualitas laporan keuangan mencerminkan tingkat manajemen laba. Dari penelitian yang relevan terdapat pengaruh signifikan positif antara asimetri informasi dengan tingkat manajemen laba. Semakin tinggi asimetri informasi maka tindakan untuk melakukan manajemen laba juga akan tinggi.

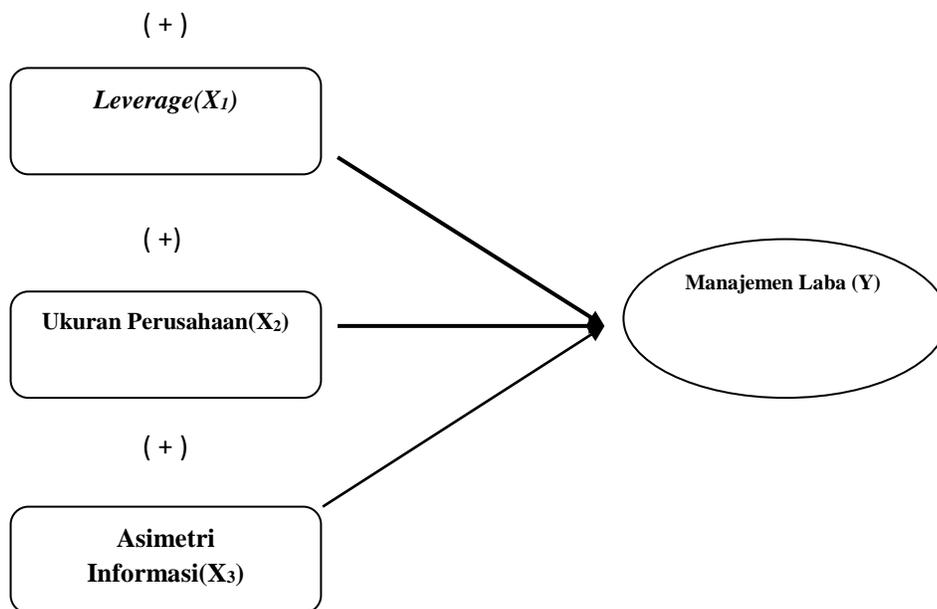
Penelitian yang dilakukan oleh Wiryadi dan Sebrina (2013) dan Barus dan Setiawati (2015), menyebutkan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal yang menyebabkan asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan kemungkinan terjadi kesalahan pada pelaporan keuangan terdahulu yang tidak sesuai dengan aturan kualitatif. Peraturan itu adalah pertama, laporan keuangan harus menyediakan informasi yang relevan yang dapat memenuhi kebutuhan informasi semua pihak yang membutuhkan.

Penelitian dari Muliati (2011), Tarigan (2011), dan Putra, dkk (2014) menyatakan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, berarti semakin besar asimetri informasi mendorong manajer melakukan tindakan manajemen laba karena manajer memiliki informasi yang lebih mengenai informasi internal perusahaan

dibandingkan dengan pemilik. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Dari uraian tersebut hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

H3: Asimetri Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

C. Model Penelitian



Gambar 1

Model Penelitian Analisis Pengaruh *leverage*, Ukuran Perusahaan dan Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba

261.