BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Keagenan (agency theory)

Menurut Jensen dan Meckling (1976) dalam Putu (2008) mendefinisikan suatu hubungan keagenan sebagai suatu kontrak atau satu orang atau lebih (*principal*). Dalam hal ini, prinsipal mendelegasikan beberapa kewenangan kepada agen untuk mengambil keputusan. Jika kedua belah pihak berhubungan untuk memaksimalisasi utilitas, maka ada kemungkinan agen tidak selalu bertindak untuk kepentingan utama prinsipal. Untuk itu, prinsipal dapat membatasi agen dengan cara penetapan insentif. Dari penjelasan di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa teori agensi adalah hubungan antara *principle* dan *agent* dengan berbagai kepentingan yang dapat menyebabkan konflik diantara keduanya.

Pada teori keagenan yang disebut prinsipal adalah pemegang saham dan yang disebut agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan. Prinsipal diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian keuangan yang diperoleh dari investasi mereka pada perusahaan. Sedangkan agen diasumsikan akan menerima kepuasan tidak hanya dari kompensasi keuangan tetapi juga dari tambahan lain yang terlibat dalam hubungan keagenan. Sesuai dengan asumsi tersebut, maka manajer akan

mengambil kebijakan yang menguntungkan dirinya sebelum memberikan manfaat kepada pemegang saham.

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

2. Manajemen Laba

Scott (2000) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimumkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan *political costs (oportunistic Earnings Management)*. Kedua, dengan memandang manajemen laba dari

perspektif *efficient contracting (Efficient Earnings Management)*, dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan demikian, manajer dapat mempengaruhi nilai pasar saham perusahaannya melalui manajemen laba, misalnya dengan membuat perataan laba (*income smoothing*) dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Manajemen laba dilakukan oleh pihak manajer untuk mempengaruhi pemegang saham untuk menanamkan modal ke perusahaan. Manajer mengubah laporan keuangan supaya pemegang saham tidak tahu laporan keuangan yang asli dan manajer memanipulasi laba. Manajemen laba dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadap manajer. Manajemen laba berhubungan erat dengan tingkat perolehan laba karena tingkat keuntungan atau laba dikaitkan dengan prestasi manajemen dan juga besar kecilnya bonus yang akan diterima oleh manajer. Manajemen laba sulit dihindari di dalam perusahaan sehingga banyak terjadi manipulasi di perusahaan untuk memperkaya diri sendiri maupun untuk perusahaan. Manajer melakukan manajemen laba untuk memenuhi target laba perusahaan untuk memperoleh penghargaan berupa bonus dan insentif kepada pihak manajemen dari pihak pemilik perusahaan.

Menurut Scott (2003:383) ada beberapa pola manajemen laba yaitu :

a. *Taking a Bath*

Taking a Bath adalah pola manajemen laba yang melaporkan laba pada periode berjalan dengan nilai yang sangat rendah ataupun sangat tinggi. Contohnya : jika manajer merasa harus melaporkan kerugian, maka manajer akan melaporkan kerugian dengan jumlah besar. Dengan tindakan ini manajemen berharap dapat meningkatkan laba yang akan datang dan kesalahan kerugian piutang perusahaan dapat dilimpahkan ke manajemen lama, jika terjadi pergantian manajer.

b. *Income Minimization*

Income Minimization adalah pola manajemen yang pihak manajer akan menurunkan laba untuk tujuan tertentu. *Income minimization* dilakukan dengan cara ketika di dalam perusahaan memperoleh profitabilitas yang tinggi agar tidak mendapatkan perhatian secara politis. Kebijakan yang diambil berupa pembebanan pengeluaran iklan, riset dan pengembangan yang cepat dan sebagainya. *Income minimization* mirip dengan *taking a bath* namun kurang ekstrim.

c. *Income Maximization*

Income Maximization adalah memaksimalkan laba agar mendapatkan bonus yang lebih besar dan dilakukan pada saat laba mengalami penurunan. Kecenderungan manajer untuk memaksimalkan laba juga dapat dilakukan pada perusahaan yang

melakukan suatu pelanggaran perjanjian utang.

d. Income Smoothing

Income smoothing adalah pola manajemen yang selalu dilakukan dan populer. *Income Smoothing* dilakukan perusahaan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

e. *Timing Revenue dan Expenses Recognation*

Pola manajemen yang dilakukan dengan membuat kebijakan tertentu yang berkaitan dengan timing suatu transaksi, misalnya : pengakuan premature atas pendapatan.

3. Kualitas Audit

Kualitas audit seorang auditor sangat berperan penting karena sebagai penilaian terhadap hasil keprofesionalan seorang auditor. Terutama dalam mendeteksi, menganalisis, dan melaporkan hasil penemuan audit terhadap laporan keuangan klien. Cara kerja auditor yang efektif dapat menghasilkan laporan keuangan yang berkualitas, relevan dan dapat dipercaya. Seorang auditor dalam mengaudit laporan keuangan sangat berhati-hati untuk mendeteksi salah saji atau kecurangan manajer. Kualitas audit menjadi harapan tinggi bagi pengguna jasa audit terutama publik atau pemegang saham bahwa laporan keuangan bebas dari kesalahan atau kecurangan yang disajikan

oleh pihak manajemen.

Menurut Mayangsari (2003) dalam Herawaty dan Guna (2010), kepastian mengenai relevansi dan keandalan dari laporan keuangan perusahaan sangat diperlukan untuk membantu pihak eksternal dalam mengambil suatu keputusan bisnis. Dalam mengukur kualitas audit umumnya menggunakan proksi ukuran KAP (*Big Four vs non-Big Four*). Pada penelitian terdahulu yaitu Francis dan Yu (2009) memberikan bukti empiris yang mendukung hubungan positif antara ukuran KAP dan kualitas audit, beliau meneliti apakah ukuran KAP terutama KAP *Big Four* akan mempengaruhi kualitas audit. Beliau berargumen bahwa hanya KAP *Big Four* yang berukuran besar yang akan menghasilkan kualitas audit dengan menunjukkan kemampuannya dalam membatasi perilaku manajemen laba, dan dibuktikan bahwa KAP *Big Four* dengan ukuran besar mampu menghasilkan kualitas audit yang lebih baik dibandingkan KAP Big Four yang berukuran kecil. Hal ini didasarkan pada anggapan bahwa KAP *Big Four* memiliki pengetahuan, pengalaman, dan reputasi yang lebih baik dibandingkan KAP lainnya.

4. *Leverage*

Rasio *leverage* merupakan rasio yang terdapat pada laporan keuangan yang dapat mengetahui seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh

modal, atau dapat juga menunjukan beberapa bagian aktiva yang digunakan untuk menjamin hutang (Nugroho, 2011). Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* tinggi, berpengaruh dalam melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan terancam *default* , yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran hutang pada waktunya.

Perusahaan yang melanggar hutang secara potensial menghadapi berbagai kemungkinan seperti, kemungkinan percepatan jatuh tempo, peningkatan tingkat bunga, dan negosiasi ulang masa hutang. Menurut Beneish dan Press (dalam Herawaty dan Baridwan, 2007). Hutang dapat meningkatkan manajemen laba saat perusahaan ingin mengurangi kemungkinan pelanggaran perjanjian hutang dan meningkatkan posisi tawar perusahaan selama negosiasi hutang.

Penelitian yang menghubungkan hutang dengan manajemen laba biasanya menggunakan proksi *leverage* (Widyaningdyah, 2001). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh leverage terhadap manajemen laba. Penelitian mengenai pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba sudah banyak dilakukan sebelumnya, misalnya hasil penelitian Widyaningdyah (dalam Halim, Meiden, dan Tobing, 2005) menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Guna dan Herawaty (2010) juga menunjukkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang tinggi, akan

dapat melakukan manajemen laba karena untuk menutupi jumlah utangnya yang semakin banyak diakibatkan karena perusahaan tidak mampu membayar dengan jatuh tempo yang sudah ditentukan. Manajer melakukan manajemen laba untuk menjaga nama baik perusahaan kepada pemegang saham untuk menarik investor untuk menanamkan saham kepada perusahaan. Semakin tinggi utang yang dimiliki suatu perusahaan maka akan semakin ketat tingkat pengawasan yang dilakukan kreditur.

Leverage merupakan penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas (Horne, 2007:181-216 dalam Raja dkk ,2014). Tingkat utang suatu perusahaan tinggi, maka akan menyebabkan penurunan laba. Adanya penurunan laba maka akan memancing para manajer untuk menaikkan laba supaya perusahaan dalam keadaan stabil. Shanti dan Yudhanti (2007) dalam Purwanti (2012) dalam Pambudi dan Sumantri (2014) menyatakan perusahaan dengan rasio *leverage* yang lebih tinggi berarti diduga melakukan manajemen laba, karena perusahaan terancam *default* yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya. Dengan tingkat utang tinggi, perusahaan akan melakukan segala cara untuk melunasi utang tersebut.

Leverage adalah suatu cara atau rasio yang digunakan dalam mengetahui besaran penggunakan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap untuk meningkatkan potensial

pemegang saham. Dalam penelitian ini *leverage* yang digunakan adalah perbandingan antara total hutang pada ekuitas yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk menjamin seluruh hutangnya dengan modal yang dimilikinya. Semakin tinggi *leverage* suatu perusahaan maka akan meningkatkan terjadi tindakan manajemen laba. Tingkat manajemen laba perusahaan dengan tingkat *leverage* utang yang tinggi relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan tingkat *leverage* utang rendah.

5. Ukuran Perusahaan

Perusahaan itu bermacam-macam besarnya tetapi tidak ada ukuran standar yang berlaku umum yang dipakai untuk menentukan apakah perusahaan itu besar atau kecil. Semakin besar suatu perusahaan maka akan semakin banyak alternative sumber pembelanjaan yang dipilih oleh perusahaan tersebut. Ada kecenderungan bahwa semakin besar perusahaan semakin besar pula utang yang dimiliki. Hal ini disebabkan karena yang berukuran besar lebih mudah untuk memperoleh pinjaman dari pihak eksternal dibandingkan dengan perusahaan kecil. (Eka damayanti, 2007).

Menurut Nuryaman (2008) perusahaan yang berukuran besar memiliki basis pemegang kepentingan yang lebih luas, sehingga berbagai kebijakan perusahaan besar akan berdampak lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi terhadap prospek *cash flow* dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator (pemerintah) akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam manajemen laba. Sehingga ukuran perusahaan digunakan investor untuk menilai asset dan kinerja perusahaan, untuk mempertimbangkan pengambilan keputusan. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya suatu perusahaan. Perusahaan yang besar mempunyai resiko yang lebih kecil dibandingan di perusahaan kecil. Perusahaan yang besar cenderung bertindak hati-hati dalam melakukan pengelolaan laba yang efektif dan efisien untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Perusahaan yang besar banyak melakukan aktivitas perusahaan yang menyebabkan banyak modal yang ditanamkan sehingga kadang membuat suatu perusahaan mengalami kerugian maupun mendapat keuntungan.

Ukuran perusahaan dapat juga dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007) dalam Herawaty dan Guna (2010), Semakin besar jumlah penjualan, maka semakin besar pula perputaran uang di perusahaan tersebut, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka perusahaan tersebut semakin dikenal oleh masyarakat. Ketiga pengukuran tersebut banyak

digunakan dalam menentukan ukuran perusahaan karena semakin besar aktiva maka modal yang ditanamkan sehingga sumber daya dan dana yang besar dalam perusahaan cenderung memiliki permintaan yang lebih luas akan informasi pelaporan perusahaannya.

6. Asimetri Informasi

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Jika kedua kelompok (agen dan prinsipal) tersebut adalah orang-orang yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka terdapat alasan 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.

Ada dua tipe asimetri informasi :

a. *Adverse selection.*

Adverse selection adalah jenis asimetri informasi dimana dalam 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.

b. *Moral Hazard*.

Moral hazard adalah jenis asimetri informasi dimana dalam satu pihak atau lebih yang melangsungkan atau akan melangsungkan suatu transaksi usaha atau transaksi usaha potensial dapat mengamati tindakan-tindakan mereka dalam penyelesaian transaksi-transaksi mereka sedangkan pihak-pihak lainnya tidak. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan pemilikan dengan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

Asimetri informasi adalah informasi yang timbul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa depan dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Ketika timbul asimetri informasi keputusan ungkapan yang dibuat untuk manajer dapat mempengaruhi harga saham sebab asimetri informasi antara investor yang lebih terinformasi dan investor yang kurang terinformasi menimbulkan biaya transaksi dan menimbulkan biaya transaksi dan mengurangi likuiditas yang diharapkan dalam pasar untuk saham-saham perusahaan.

Penelitian ini didukung oleh dua teori, yaitu teori keagenan (*agency theory)* dan teori *bid ask spread* . Teori keagenan menggambarkan perusahaan sebagai focus (titik temu) hubungan

keagenan antara pemilik perusahaan (principal) dan manajemen perusahaan (agent) dan berusaha memberi suatu pemahaman perilaku organisasional dengan mengungkapkan bagaimana pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan keagenan dalam perusahaan berusaha untuk memaksimalkan utilitas usaha mereka. usaha maksimalisasi utilitas ini mendorong timbulnya konflik kepentingan antara pemilik (principal) dan manajemen (agent), karena setiap pihak berusaha memaksimalkan pemenuhan kebutuhan ekonomi dan psikologisnya melalui kontrak kompensasi. *Bid ask spread* merupakan selisih harga beli tertinggi dan harga jual terendah dalam Trader. Stoll dalam Aida Ainul Mardiyah [2002, hal 292] menyatakan bahwa *bid ask spread* merupakan fungsi dari tiga komponen biaya yang berasal dari :

a. pemilik saham *(inventory holding)*,
b. pemrosesan pesanan *(order prosesing)*,
c. informasi asimetri.

B. Penelitian Terdahulu dan Penurunan Hipotesis

Penelitian terdahulu yang diteliti oleh Pambudi dan Sumantri yang meneliti tentang pengaruh kualitas audit, ukuran perusahaan, dan *leverage* terhadap manajemen laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas auditor berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Fitriana, dkk (2009) melakukan penelitian tentang pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini adalah asimetri informasi dan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan semakin besar ukuran perusahaan, maka akses informasi untuk investor akan semakin banyak sehingga investor mudah dalam pengambilan keputusan.

Setyaningrum dan Sari (2011) melakukan penelitian tentang pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan *food and beverages* yang *go public* di BEI. Hasil penelitiannya adalah ada pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba, ada pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Guna dan Herawaty (2010) melakukan penelitian tentang pengaruh mekanisme *good corporate governance*, independensi, kualitas audit dan faktor lainnya terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini adalah kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, komite audit, komisaris independen, independen auditor dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan *leverage*, kualitas audit dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.

Muliati (2011) melakukan penelitian tentang asimetri informasi dan ukuran perusahaan tpada praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Hasil penelitian ini adalah asimetri informasi berpengaruh positif pada praktik manajemen laba,

ukuran perusahaan berpengaruh negatif pada praktik manajemen laba.

Wulandari (2013) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh goog corporate governance terhadap manajemen laba. Hasil penelitian ini adalah kepemilikan institusional berpengaruh negatif signfikan terhadap manajemen laba, ukuran dewan komisaris berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba, ukuran dewan direksi berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

1. Kualitas Auditor dan Manajemen Laba

De Angelo menjelaskan sebagaimana dikutip oleh Mulyadi (2002), bahwa kualitas audit adalah probabilitas dimana seorang auditor menemukan dan melaporkan tentang adanya suatu pelanggaran dalam sistem akuntansi auditnya. Kualitas audit seorang auditor sangat berperan penting karena sebagai penilaian terhadap hasil keprofesionalan seorang auditor. Beberapa penelitian yang menggunakan ukuran KAP sebagai pengukur kualitas audit berhasil membuktikan secara empiris bahwa terdapat perbedaan kualitas antara KAP berukuran besar (*Big four accounting firms*) dengan KAP berukuran kecil (*non big four accounting firms*). Auditor yang bekerja di KAP *Big Four* dianggap lebih berkualitas karena auditor telah dibekali oleh serangkaian pelatihan dan prosedur serta memiliki

program audit yang dianggap lebih akurat dan tepat dibandingkan dengan KAP *non-Big Four* (Isnanta,(2008) dalam Guna dan Herawaty (2010).

Pada penelitian Pambudi dan Sumantri (2014) menemukan bahwa kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan penelitian yang dilakukan Guna dan Herawaty (2010) menemukan bahwa kualitas audit berpengaruh terhadap manajemen laba. Pada penelitian Nuraini dan Zain (2007) menyatakan bahwa kualitas audit berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Pada penelitian Siregar dan Utama (2005) gagal membuktikan bahwa ukuran KAP mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. KAP baik yang *big four* maupun *non big four* tidak bisa memperkecil kesempatan pihak manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba. Sebagian besar masyarakat mempunyai persepsi bahwa KAP berskala besar dapat menyediakan kualitas audit yang tinggi. Semakin tinggi kualitas auditor maka semakin rendah manajemen laba yang terjadi. Pembahasan ini menghasilkan hipotesis penelitian pertama, yaitu:

H_1 : Kualitas auditor berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

2. *Leverage* dan Manajemen Laba

Leverage merupakan pengukur besarnya aktiva yang dibiayai dengan hutang. Dengan semakin banyaknya hutang maka manajemen

harus dapat lebih meyakinkan pihak kreditur bahwa perusahaan tetap dapat mengembalikan pokok pinjaman beserta bunganya. *Leverage* yang tinggi akan berpengaruh dengan nilai pembiayaan yang juga tinggi dengan maksud untuk mempertahankan kinerja keuangan perusahaan dalam jangka panjang, dengan mempertahankan kinerja perusahaan tersebut, diharapkan kreditur juga akan tetap memiliki kepercayaan terhadap manajemen perusahaan.

Tingkat manajemen laba perusahaan dengan tingkat *leverage* utang yang tinggi relatif lebih tinggi dibandingkan perusahaan dengan tingkat *leverage* utang rendah. Pada penelitian Pambudi dan Sumantri (2014) menemukan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Penelitian Chin *et* al. (2009) dalam Pambudi dan Sumantri (2014) juga menemukan bahwa terdapat pengaruh positif *leverage* terhadap manajemen laba. Pada penelitian Sepadan (2013) juga menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba. Pada penelitian Widyastuti (2009) juga menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Semakin tinggi tingkat *leverage* suatu perusahaan, maka akan meningkatkan kemungkinan terjadinya tindakan manajemen laba untuk menstabilkan kondisi laba perusahaan. Pembahasan ini menghasilkan hipotesis penelitian kedua, yaitu:

H_2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba

3. Ukuran Perusahaan dan Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah skala dimana dapat digolongkan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara. Besar (ukuran) perusahaan dapat dinyatakan dalam total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Karena semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan itu, ketiga variabel tersebut digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut (Sudarmadji dan Sularto, 2007).

Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*) dan perusahaan kecil (*small firm*) (Suwito dan Herawati, 2005). Ukuran suatu perusahaan diukur dari natural logaritma nilai pasar saham akhir tahun (Siregar dan Utama, 2005).

Pada penelitin yang dilakukan Fitriana dkk (2009) dan Tarigan (2011) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajamen laba. Penelitian Widyastuti (2009) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Artinya semakin besar ukuran perusahaan akan menyebabkan peningkatan manajemen laba. Pambudi dan Sumantri (2014) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Biasanya perusahaan besar memiliki tuntutan pada *stakeholders* yang lebih besar pula, sehingga manajer akan

berupaya untuk membuat laba tampak lebih baik dan lebih tinggi, sehingga potensi manipulasi laba juga cenderung lebih tinggi. Oleh karena itu semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi tuntutan *stakeholder* pada manajer maka semakin tinggi pula potensi manipulasi laba.

Hasil penelitian lainnya tidak sependapat dengan penelitian yang disebutkan sebelumnya. Beberapa penelitian terdahulu telah menguji pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba namun terdapat ketidakkonsistenan pada penelitian tersebut. Guna dan Herawaty (2010) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Penelitian tersebut sejalan dengan penelitian Peasnell, Pope dan Young (1998) dalam Nasution dan Setiawan (2007) yang menyatakan bahwa adanya hubungan negatif antara ukuran perusahaan dan manajemen laba di Inggris. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang lebih besar manajernya memiliki kesempatan kecil untuk melakukan manajemen laba.

Veronica dan Siddharta (2005) meneliti di BEJ (BEI) pada periode pengamatan 1995-1996 dan 1999-2002, menemukan ukuran perusahaan berhubungan negatif signifikan dengan manajemen laba. Namun, Halim, dkk. (2005) dengan data LQ 45 di BEJ (BEI) menemukan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Penelitian Halim memiliki kelemahan pada jumlah sampel, yang hanya menggunakan 27 emiten sektor manufaktur.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahan maka peluang manajemen melakukan tindakan manajemen laba juga akan semakin besar. Pembahasan ini menghasilkan hipotesis penelitian ketiga, yaitu:

H_3 : Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

4. Asimetri informasi pada Manjemen Laba

Keberadaan asimetri informasi dianggap sebagai penyebab manajemen laba. Terdapat hubungan yang sistematis antara asimetri informasi dengan tingkat manajemen laba. Adanya asimetri informasi akan mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer. Fleksibelitas manajemen untuk memanajemeni laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar. Kualitas laporan keuangan akan mencerminkan tingkat manajemen laba.

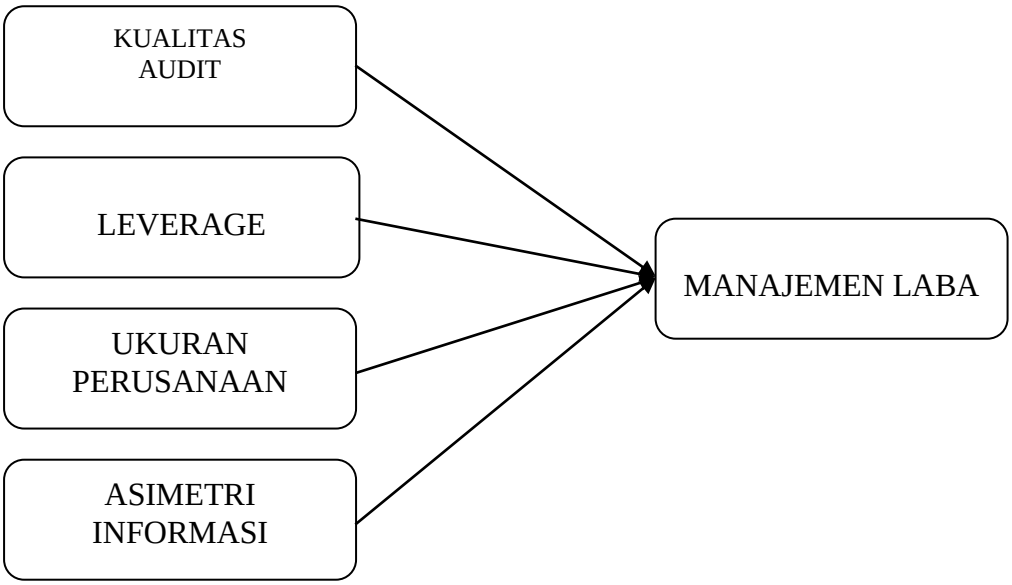
Beberapa peneliti telah menemukan bahwa asimetri informasi dapat mempengaruhi manajemen laba. Teori keagenan (*Agency Theory)* mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan pemilik (dalam hal ini adalah pemegang saham) sebagai prinsipal. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang

dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder* lainnya. Jika dikaitkan dengan peningkatan nilai perusahaan, ketika terdapat asimetri informasi, manajer dapat memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada investor guna memaksimisasi nilai saham perusahaan. Sinyal yang diberikan dapat dilakukan melalui pengungkapan (*disclosure*) informasi akuntansi. Perusahaan yang melakukan *takeover* cenderung memilih metoda depresiasi dan metode pencatatan persediaan, yang dapat meningkatkan laba akuntansi. Berdasarkan penelitian tersebut juga disimpulkan bahwa terdapat sikap *opportunistic* manajemen dalam kasus ambil alih perusahaan, sekalipun alasan utama pemilihan metode akuntansi didasarkan pada pertimbangan efisiensi atau pertimbangan memaksimalkan nilai perusahaan. Penelitian oleh Rahmawati, dkk. (2006): asimetri informasi berpengaruh secara positif signifikan dan mampu menjelaskan variabel dependen manajemen laba. Semakin besar risiko dan prospek pertumbuhan investasi perusahaan maka semakin kecil tingkat manajemen laba. Ini disebabkan karena asimetri informasi akan terjadi pada perusahaan dengan tingkat pertumbuhan investasi yang tinggi pula. Sedangkan semakin besar perusahaan, semakin besar pula tingkat manajemen laba. Pembahasan ini menghasilkan hipotesis penelitian keempat :

H_4 : Asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

C. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan telaah pustaka dan penelitian terdahulu variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas audit, leverage, ukuran perusahaan dan asimetri informasi sebagai variabel independen. Manajemen laba sebagai variabel independen.



Gambar 1

Model Penelitian