

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Teori Agensi

Menurut Jensen dan Meckling dalam Pambudi dan Sumantri (2014), Teori Agensi adalah teori yang menjelaskan hubungan langsung antara pihak agen dan pihak prinsipal. Pihak agen di suatu perusahaan dalam menjalankan tugasnya ini tidak selamanya bertindak atas kepentingan atau tujuan perusahaan, namun seringkali pihak agen bertindak atas kepentingan pribadi yang mana bertujuan untuk dapat memaksimalkan kekayaan pihak agen itu sendiri. Fenomena tersebut biasanya disebut dengan istilah konflik keagenan (*agency conflict*) yaitu adanya perbedaan kepentingan antara pihak agen dan prinsipal.

Berkaitan dengan adanya perbedaan kepentingan antara pihak agen dan prinsipal di suatu perusahaan ini akan mengakibatkan adanya penerimaan informasi yang berbeda antara pihak agen dan pihak prinsipal yang bisa disebut sebagai asimetri informasi. Menurut Wiyadi, dkk. (2016) asimetri informasi adalah suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Asimetri informasi antara manajer dengan pemilik memberikan peluang kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba.

Praktik manajemen laba yang dilakukan manajer tersebut akan dapat menurunkan kualitas dari laporan keuangan dan merugikan serta menurunkan kepercayaan investor atas informasi yang tidak sesuai dengan kondisi sesungguhnya, hal ini akan mengakibatkan konflik keagenan. Konflik keagenan dapat dikurangi dengan kualitas audit yang baik karena dapat meningkatkan kepercayaan prinsipal terhadap agen.

Disisi lain adanya rasio *leverage* tinggi di suatu perusahaan juga akan dapat mengakibatkan tekanan yang besar dari pemilik terhadap pihak agen yang pada akhirnya akan membuat pihak agen melakukan praktik manajemen laba. Tingkat *leverage* yang tinggi ini dimaksudkan bahwa perusahaan memiliki liabilitas atau hutang yang besar dibandingkan jumlah asetnya. Menurut Naftalia dan Marsono (2013), *Leverage* yang tinggi ini disebabkan karena kesalahan manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan atau penerapan strategi yang kurang tepat dari pihak agen. Hal ini disebabkan kurangnya pengawasan yang tinggi sehingga dapat meningkatkan tindakan oportunistik dari pihak agen seperti manajemen laba untuk mempertahankan kinerjanya agar nantinya terlihat baik di pihak prinsipal.

2. Manajemen Laba

Menurut Scott dalam Purnomo (2009) manajemen laba merupakan suatu tindakan dalam menentukan kebijakan akuntansi dengan standar tertentu untuk memaksimalkan kesejahteraan pihak manajemen atau nilai pasar perusahaan. Menurut Scott dalam Setiawan dan Lestari (2013)

manajer termotivasi melakukan manajemen laba karena beberapa hal berikut:

a. Skema Bonus (*Bonus Scheme*)

Skema bonus mendorong manajer untuk menggunakan kebijakan akuntansi yang dapat meningkatkan perolehan bonus baginya. Manajer berusaha mencapai laba yang ditargetkan dengan cara memaksimalkan pendapatan dengan beban masa kini perusahaan yang seminimal mungkin.

b. Motivasi Kontraktual Lainnya

Salah satu kontrak yang dimiliki perusahaan adalah kontrak hutang jangka panjang (*debt covenant*). Perjanjian hutang jangka panjang mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba agar laba yang dihasilkan perusahaan maupun kas yang tersedia dari perusahaan mencukupi untuk membayar bunga kepada kreditur.

c. Motivasi Politis

Aspek politis tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan strategis yang aktivitasnya melibatkan kebutuhan hidup orang banyak. Perusahaan yang melibatkan kebutuhan hidup orang banyak secara politis akan mendapat perhatian dari pemerintah dan masyarakat. Perusahaan seperti ini cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, khususnya selama periode kemakmuran.

d. Motivasi Perpajakan (*taxation motivation*)

Perpajakan merupakan salah satu alasan utama bagi perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Perusahaan melakukan manajemen laba

untuk menurunkan laba sebelum pajak yang dilaporkan dalam laporan keuangan agar beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan menjadi lebih kecil.

e. Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa akhir pensiun akan melakukan manajemen laba yang mampu meningkatkan laba perusahaan untuk meningkatkan bonusnya. Demikian juga CEO yang memiliki kinerja yang kurang baik akan cenderung memaksimalkan laba untuk mencegah pemecatan terhadap dirinya. Namun berbeda pada CEO baru yang ditunjuk untuk menggantikan CEO yang lama. CEO baru akan cenderung melakukan *take a bath* dengan mengakui beban lebih tinggi di periode sekarang untuk meningkatkan kemungkinan laba yang lebih tinggi pada periode selanjutnya.

f. IPO (Initial Public Offerings)

Ketika perusahaan melakukan IPO, Perusahaan belum mempunyai nilai pasar. Salah satu cara untuk melihat nilai perusahaan adalah dari informasi keuangan yang ada di dalam prospektus sebagai sumber informasi yang penting. Informasi yang didapat dari prospektus ini digunakan sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai perusahaan. Hal ini memotivasi perusahaan untuk melakukan manajemen laba yang meningkatkan laba yang dilaporkan agar kinerja keuangan perusahaan terlihat lebih baik.

Menurut Scott dalam Setiawan dan Lestari (2013) ada empat pola manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan yaitu:

a. *Taking a bath*

Manajemen laba dengan pola *taking a bath* biasanya dilakukan ketika perusahaan melakukan reorganisasi termasuk saat pergantian CEO. *Taking a bath* dilakukan dengan melaporkan rugi yang besar pada periode sekarang dan menggunakan momentum pergantian CEO untuk membuat penilaian dari pihak luar perusahaan menjadi lebih baik.

b. *Income Minimization*

Income minimization adalah pola manajemen laba yang serupa dengan *taking a bath* namun dalam bentuk yang tidak terlalu ekstrim. *Income minimization* dilakukan dengan memilih kebijakan yang dapat meminimalkan laba seperti penghapusan beberapa aset dan *intangible asset*, beban pemasaran, dan beban R&D.

c. *Income Maximization*

Manajer melakukan *income maximization* dengan tujuan untuk meningkatkan laba perusahaan agar bisa mencapai batas bawah dalam skema bonus. Namun *income maximization* yang dilakukan akan berhenti ketika sudah mencapai batas atas yang ada dalam skema bonus.

d. *Income Smoothing*

Manajer akan melakukan *income smoothing* untuk mendapatkan bonus diantara batas bawah dan batas atas dalam skema bonus. Skema bonus memberikan insentif bagi manajemen untuk mempertahankan laba di antara batas bawah dan batas atas.

3. Kualitas Audit

Pemilihan KAP oleh manajemen atau pemilik perusahaan untuk melakukan proses audit atas kinerja keuangan perusahaannya menjadikan awal dari hubungan *stewardship*. KAP akan bekerja secara profesional untuk menghasilkan kinerja yang baik dalam menjaga reputasinya. Sedangkan manajemen ingin mendapatkan tingkat akuntabilitas yang tinggi atas kinerja keuangannya dari hasil audit KAP yang berkualitas. Kualitas audit yang dilakukan oleh KAP yang reputasinya baik akan lebih menjamin tentang akuntabilitas kinerja keuangan perusahaan yang diauditnya.

Menurut Luhglatno (2010) Audit dalam arti luas didefinisikan sebagai suatu proses sistematis untuk memperoleh dan mengevaluasi bukti secara objektif mengenai asersi-asersi tentang kegiatan dan kejadian ekonomi untuk menetapkan tingkat kesesuaian antara asersi-asersi tersebut dengan kriteria yang telah ditetapkan, serta menyampaikan hasil kepada para pengguna yang berkepentingan.

Peran jasa audit dalam menunjang perkembangan usaha suatu perusahaan yaitu dengan dimungkinkannya dilakukan pengendalian (*preventive, detective, and reporting control*), dan meningkatkan kredibilitas laporan keuangan yang diaudit (Taylor dan Glezen dalam Luhglatno, 2010). Penjabaran dari peranan jasa audit adalah sebagai berikut:

- a. Fungsi audit pada hakekatnya mengasumsikan bahwa laporan keuangan dan data keuangan dapat dibuktikan kebenarannya.

- b. Menyajikan informasi agar tidak bias, karena akan menimbulkan konflik antara auditor dan manajer.
- c. Meningkatkan efektivitas pengendalian intern perusahaan yang memungkinkan tercapainya efektivitas dan efisiensi operasi, keandalan laporan keuangan yang disajikan dan kesesuaiannya dengan ketentuan maupun aturan yang ditetapkan baik secara internal, secara eksternal, atau keduanya.
- d. Laporan keuangan yang disajikan secara wajar dan dapat dipercaya kebenarannya akan meningkatkan kredibilitas manajer pada khususnya dan perusahaan pada umumnya dimata pengguna informasi akuntansi tersebut.

4. Ukuran Perusahaan

Menurut Diantimala dalam Ansori dan Wahidahwati (2014) mengemukakan bahwa perusahaan yang memiliki total aktiva besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut telah mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah positif dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*). Salah satu tolak ukur yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan adalah ukuran aktiva dari perusahaan tersebut.

5. *Leverage*

Menurut Raharja dan Nasikin (2013) *leverage* adalah hutang sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya diluar sumber dana modal atau ekuitas. *Leverage* dibagi menjadi dua yaitu *leverage* operasi (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*). *Leverage* operasi adalah suatu indikator perubahan laba bersih yang diakibatkan oleh besarnya volume penjualan sedangkan *leverage* keuangan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam membayar hutang dengan ekuitas yang dimilikinya.

Hutang merupakan perjanjian antara perusahaan sebagai debitur dengan kreditur. Dalam perjanjian hutang ini, ada kepentingan perusahaan untuk dinilai positif oleh kreditur dalam hal kemampuan membayar hutangnya. Perjanjian kontrak hutang memicu manajemen untuk meningkatkan *discretionary accrual*nya dengan tujuan memperlihatkan kinerja positif pada kreditur, sehingga memperoleh suntikan dana atau untuk memperoleh penjadwalan kembali pembayaran hutang.

6. **Asimetri Informasi**

Menurut Wiyadi, dkk. (2016) asimetri informasi adalah suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. 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.

B. Penurunan Hipotesis dan Hasil Penelitian Terdahulu

1. Pengaruh Kualitas Audit terhadap Manajemen Laba

Setiap auditor yang bekerja di KAP sudah melewati masa pelatihan dan pembekalan tentang pekerjaannya. Dalam KAP sendiri memiliki kriteria khusus untuk menerima orang lain dapat masuk dalam anggota karyawannya. Kualitas audit sebagai probabilitas yang dinilai oleh pasar *market-assesed* dimana auditor akan mampu menemukan pelanggaran dalam sistem akuntansi kliennya dan melaporkan pelanggaran tersebut.

Menurut de Angelo dalam Setiawan dan Lestari (2013), auditor yang bekerja di KAP *Big Four* dianggap lebih berkualitas karena auditor tersebut dibekali oleh serangkaian pelatihan dan prosedur serta memiliki program audit yang lebih akurat dan efektif dibanding dengan auditor dari KAP non *Big Four*. Audit dari KAP yang besar juga dapat menghasilkan opini audit yang lebih independen, karena lebih memiliki sumber daya dan lebih banyak klien sehingga mereka tidak tergantung pada kliennya.

Penelitian Putri dan Yuyeta (2013), dan Welvin (2010), menemukan bahwa ukuran kantor akuntan publik berpengaruh signifikan terhadap akurasi pelaporan keuangan. Sedangkan Christiani dan Nugrahanti (2014), Aditya (2013), Pambudi dan Sumantri (2014), serta Luhgiyanto (2010) menemukan bahwa ukuran KAP tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik manajemen laba. Berdasarkan kajian teori dan logika hipotesis diatas maka dapat diturunkan hipotesis:

H₁: Kualitas audit berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Menurut Diantimala dalam Ansori dan Wahidahwati (2014), Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan total aktiva, penjualan bersih, dan kapitalisasi pasar perusahaan (*market capitalization*). Menurut Jao dan Pagalung (2011), dalam melakukan pelaporan keuangan perusahaan besar lebih diperhatikan oleh masyarakat sehingga perusahaan berukuran besar lebih berhati-hati dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil.

Semakin besar perusahaan akan lebih dipandang oleh investor, maka perusahaan dalam melakukan aktivitasnya lebih berhati-hati terutama dalam pelaporan keuangannya. Dengan demikian akan membuat perusahaan semakin menjaga citranya, sehingga dapat memperbesar risiko perusahaan memanipulasi laporan keuangannya.

Penelitian Jao dan Pagalung (2011), Agusti dan Pramesti (2010), serta Prabayanti dan Yasa (2010), menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negatif terhadap besaran pengelolaan laba, artinya semakin besar ukuran perusahaan semakin kecil besaran pengelolaan labanya. Perusahaan yang lebih besar kurang memiliki dorongan untuk melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan kecil. Penelitian Pambudi dan Sumantri (2014) serta Widyastuti (2009), menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Sedangkan penelitian Risdawati dan Subowo (2015), serta Yuliana, dkk.

(2014) mendapatkan hasil tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Manajemen Laba. Berdasarkan kajian teori dan logika hipotesis diatas maka dapat diturunkan hipotesis:

H₂: Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

3. Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba

Leverage adalah hutang sumber dana yang digunakan perusahaan untuk membiayai asetnya diluar sumber dana modal atau ekuitas. Hutang merupakan perjanjian antara perusahaan sebagai debitur dengan kreditur.

Dalam perjanjian hutang, ada kepentingan perusahaan untuk dinilai positif oleh kreditur dalam hal kemampuan membayar hutangnya. Menurut Raharja dan Nasikin (2013), Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti memiliki liabilitas yang lebih besar jika dibandingkan dengan aset yang dimiliki, hal ini mengakibatkan risiko dan tekanan yang besar pada perusahaan.

Penelitian Raharja dan Nasikin (2013) serta Naftalia dan Marsono (2013) menemukan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Sedangkan penelitian Gunawan, dkk (2015), serta Pambudi dan Sumantri (2014) menemukan bahwa *leverage* tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Berdasarkan kajian teori dan logika hipotesis maka dapat diturunkan hipotesis:

H₃: *Leverage* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

4. Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Menurut Kusumawati dkk. (2013), Konflik kepentingan antara pemilik dan agen terjadi karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan kepentingan principal. Manajer sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa akan datang daripada pemilik.

Perbedaan pengetahuan dapat dimanfaatkan oleh sebuah pihak yang mengetahui untuk mencari keuntungan atau mendapat sesuatu dari pihak yang belum mengetahui informasi. Menurut Barus dan Kiki (2015) Manajemen yang ingin menunjukkan kinerja yang baik dapat termotivasi untuk memodifikasi laporan keuangan agar menghasilkan laba seperti yang diinginkan oleh pemilik. Asimetri informasi antara manajemen dan pemilik dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba.

Penelitian Wiyadi, dkk (2016), Risdayanti dan Subowo (2015), serta Wiryadi dan Sebrina (2013) menemukan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Sedangkan penelitian Barus dan Kiki (2015) serta Kusumawati, dkk. (2013) menemukan bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Berdasarkan kajian teori dan logika hipotesis maka dapat diturunkan hipotesis:

H4: Asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

C. Model Penelitian

Gambar 2.1
Model Penelitian

