

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGAJUAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Laba

a. Pengertian Manajemen laba

Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan menipu pemangku kepentingan yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sulistyanto, 2008:47). Sedangkan pendapat lain Welvin (2011) menyatakan “manajemen laba merupakan tindakan yang dapat mempengaruhi angka laba yang dilaporkan”.

Schipper (dalam Subramanyam, 2010:131) menyebutkan bahwa manajemen laba adalah intervensi manajemen secara sengaja dalam proses menentukan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi. Definisi ini berarti bahwa manajemen laba adalah perilaku manajer untuk menambah atau mengurangi laba untuk tujuan tertentu. Manajer melakukan manajemen laba dengan memilih metode atau kebijakan akuntansi, yaitu dengan menambah atau mengurangi laba. Manajer dapat menaikkan laba dengan menggeser laba periode-periode yang akan datang ke periode kini dan manajer dapat menurunkan laba dengan menggeser laba periode terkini ke periode-periode berikutnya.

Manajemen laba biasanya terjadi ketika manajer menggunakan kebijakan dalam laporan keuangan dan juga ketika menyusun transaksi dalam laporan

keuangan untuk mengaburkan sebagai *stakeholder* kepentingan tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi kontrak yang tergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan (Primanita dan Setiono, 2006). Sulistyanto (2014:4) menyatakan bahwa sampai saat ini masih ada kontroversi dalam memandang dan memahami manajemen laba. Secara umum kontroversi ini terjadi antara praktisi dan akademisi yang pada dasarnya apakah manajemen laba dapat dikategorikan sebagai kecurangan (*fraud*) atau tidak.

Adapun alasan mendasar manajer melakukan manajemen laba yaitu:

- 1) Manajemen laba dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham dalam manajemen. Ini juga disebabkan oleh tingkat laba atau laba yang terkait dengan prestasi manajemen dan juga besarnya bonus yang akan diterima oleh manajer.
- 2) Manajemen laba dapat meningkatkan hubungan dengan kreditor. Perusahaan yang terancam tidak dapat memenuhi pembayaran hutang tepat waktu, perusahaan dapat menghindari dengan membuat kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan dan keuntungan.

3) Manajemen laba dapat menarik investor untuk menginvestasikan modalnya

Masalah manajemen laba adalah masalah keagenan yang sering dipicu oleh pemisahan peran atau perbedaan kepentingan antara pemilik (pemegang saham) dan manajer (manajemen) perusahaan. Menurut Healy dan Wahlen (1998) manajemen laba muncul ketika manajer menggunakan keputusan tertentu dalam laporan keuangan untuk menyesatkan *stakeholder* kepentingan yang ingin

mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontraktual yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan.

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

1) Definisi sempit

Earning management dalam hal ini hanya berkaitan dengan pilihan metode akuntansi. *Earning management* dalam arti sempit didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk "bermain" dengan komponen *Earning management* dalam menentukan jumlah pendapatan

2) Definisi luas

Earning management adalah tindakan manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini dari unit yang menjadi tanggung jawab manajer, tanpa menyebabkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang unit tersebut.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh manajer untuk memanipulasi laba dengan cara menaikkan atau menurunkan laba yang diperoleh selama periode berjalan untuk mengelabui *stakholder*.

b. Pola Manajemen Laba

Menurut Scott (2000) dalam Aji dan Mita (2010), mengidentifikasi adanya empat pola yang dilakukan manajemen untuk melakukan pengelolaan atau laba sebagai berikut:

1) *Taking a Bath*

Pola ini terjadi pada saat reorganisasi termasuk pengangkat CEO baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meninggalkan laba dimasa datang. Manajemen mencoba mengalihkan *expected future costs* ke masa kini, agar memiliki peluang yang lebih besar mendapatkan laba dimasa yang akan datang.

2) *Income Minimization*

Dilakukan ketika perusahaan mengalami tingkat laba yang tinggi sehingga jika laba pada periode mendatang diperkirakan akan turun secara dramatis dapat diatasi dengan mengalami laba pada periode sebelumnya. Manajemen yang berusaha memindahkan beban ke masa kini memiliki peluang lebih besar untuk menghasilkan laba di masa depan.

3) *Income Maximization*

Dilakukan ketika keuntungan menurun dengan memindahkan beban ke masa depan. Tindakan memaksimalkan pendapatan bertujuan untuk melaporkan laba bersih yang tinggi untuk menghasilkan bonus yang lebih besar. Pola ini dilakukan oleh perusahaan yang melanggar perjanjian utang.

4) *Income Smoothing*

Perusahaan melakukannya dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih suka pendapatan yang relatif stabil.

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba

Menurut Watts dan Zimmerman (dalam Sulistyanto, 2008:44) merumuskan tiga hipotesis teori akuntansi positif (*Positive Accounting Theory*) yang dapat dijadikan dasar pemahaman dalam tindakan manajemen laba adalah:

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Bonus Plan Hypothesis menyatakan bahwa “*managers of firms with bonus plan are more likely to use accounting methods that increase current period reported income*”. Dalam perusahaan yang memiliki rencana bonus, menghasilkan manajer perusahaan akan lebih memilih metode akuntansi yang dapat mengalihkan laba dari periode masa depan ke periode saat ini sehingga dapat meningkatkan laba saat ini. Dalam bonus atau kompensasi manajerial, pemilik perusahaan berjanji bahwa manajer akan menerima bonus jika kinerja perusahaan mencapai jumlah tertentu. Janji bonus ini adalah alasan bagi manajer untuk mengelola dan mengelola keuntungan mereka pada tingkat tertentu sesuai dengan persyaratan untuk menerima bonus.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Debt Covenant Hypothesis menyatakan bahwa “*the larger the firms debt to equity ratio, the more likely managers use accounting methods that increase income.*” Dalam konteks perjanjian utang, manajer akan mengelola dan mengatur laba sehingga kewajiban utangnya yang harus diselesaikan pada tahun tertentu dapat ditunda pada tahun berikutnya. Ini adalah upaya manajer untuk mengatur dan mengelola jumlah laba yang merupakan indikator kemampuan perusahaan untuk menyelesaikan kewajiban utangnya. Manajer akan mengelola dan mengatur

jumlah laba untuk menunda pengeluaran pada periode yang bersangkutan dan akan diselesaikan di masa mendatang.

3. *Political Cost Hypothesis*

Political Cost Hypothesis menyatakan bahwa “*larger firms rather than small firms are more likely to use accounting choices that reduce reported profits.*”

Alasan terakhir adalah masalah pelanggaran regulasi pemerintah. Sejauh ini ada yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan dunia usaha, misalnya undang-undang perpajakan, *anti-trust* dan monopoli, dan sebagainya. Perusahaan yang memperoleh laba lebih besar akan ditarik pajak yang besar pula dan perusahaan yang memperoleh laba lebih kecil akan ditarik pajak yang kecil pula. Kondisi inilah yang merangsang manajer untuk mengelola dan mengatur labanya dalam jumlah tertentu agar pajak yang harus dibayarkan menjadi tidak terlalu tinggi, karena manajer sebagai pengelola tentu tidak ingin kewajiban yang harus diselesaikan terlalu membebani.

d. Teknik Manajemen Laba

Teknik manajemen laba menurut Setyawan dan Na'im (2000) dalam Ita (2017) dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu :

1) Memanfaatkan Peluang Untuk Membuat Estimasi Akuntansi

Cara manajemen mempengaruhi laba melalui *judgement* (perkiraan) terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak terwujud, estimasi biaya garansi dan lain-lain.

2) Mengubah Metode Akuntansi

Perubahan dalam metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat transaksi, misalnya: mengubah metode penyusutan aset tetap, dari metode penyusutan angka tahun ke metode penyusutan angka tahun ke metode penyusutan garis lurus.

3) Menggeser Periode Biaya atau Pendapatan

Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain : mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat atau menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tidak dipakai.

e. Pengukuran Manajemen Laba

Manajemen laba diproksikan dengan menggunakan *discretionary accruals*. Model yang digunakan untuk menghitung *discretionary accruals* adalah model modifikasi jones (*The Modified Jones Model*), yang dihitung dengan cara total *accrual* (TA) dikurangi dengan *non discretionary accruals* (NDA) (Sulistiawan, 2011). Tahap-tahap untuk menghitung manajemen laba menggunakan *modified jones model* (MJM) ialah :

1) Menentukan Nilai total akrual (TA) dengan rumus :

$$TA_{it} = Ni_{it} - CFO_{it}$$

Keterangan :

TA_{it} = Total akrual perusahaan I dalam periode t.

$Niit$ = Laba bersih perusahaan I dalam periode t

$CFOit$ = Arus kas operasi perusahaan I dalam periode t

- 2) Menentukan nilai parameter a_1 , a_2 , a_3 menggunakan Jones Model (1991), dengan rumus :

$$TAit = a_1(1/Ait-1) + a_3PPEit + \epsilon_i$$

Keterangan :

$TAit$ = Total akrual perusahaan I dalam periode t.

$Ait-1$ = Total aset total perusahaan I pada periode t-1.

$\Delta Revit$ = Perubahan penjualan bersih perusahaan I pada periode t

$PPEit$ = *Property, plant, and equipment* perusahaan I pada periode t

$a_1 a_2 a_3$ = Parameter yang diperoleh dari persamaan regresi.

ϵ_{it} = *Error term* perusahaan i pada periode t

- 3) Menghitung nilai *non discretionary accruals* (NDA) dengan rumus :

$$NDAit = a_1(1/Ait-1) + a_2(\Delta Recit/Ait-1) + a_3(PPEit/Ait-1)$$

Keterangan :

$NDAit$ = *Non discretionary accruals* perusahaan I pada periode t.

Ait = Total aset total perusahaan i pada periode t-1.

$\Delta Revit$ = Perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode t.

$\Delta Recit$ = Perubahan piutang perusahaan I pada periode t.

$PPEit$ = *Property, plant, and equipment* perusahaan i pada periode t.

$a_1 a_2 a_3$ = Parameter yang diperoleh dari perusahaan regresi.

Untuk nilai parameter a_1, a_2 , dan a_3 adalah hasil dari perhitungan pada langkah ke-2. Isi semua nilai yang ada didalam rumus sehingga nilai NDA bisa diperoleh. *Non discretionary accrual* yaitu akrual yang bisa berubah bukan karena kebijakan ataupun pertimbangan pihak manajemen, seperti halnya perubahan piutang yang besar karena adanya tambahan penjualan yang signifikan (Sulistiawan, 2011).

- 4) Menentukan nilai *discretionary accruals* yang merupakan indikator manajemen laba akrual dengan cara menghitung total akrual dengan *non discretionary accruals* dengan rumus :

$$DA_{it} = TA_{it} - NDA_{it}$$

Keterangan :

DA_{it} = *Discretionary accruals* perusahaan i dalam periode t .

TA_{it} = Total akrual perusahaan i dalam periode t .

NDA_{it} = *Non discretionary accruals* perusahaan i dalam periode t .

Discretionary accruals adalah akrual yang dapat berubah sesuai dengan kebijakan manajemen, seperti pertimbangan tentang penurunan umur ekonomis asset tetap atau pertimbangan metode depresiasi (Sulistiawan, 2011).

2.1.2 Ukuran Perusahaan

a. Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah skala di mana perusahaan besar dan kecil dapat diklasifikasikan dalam berbagai cara, termasuk: total aset ukuran log, nilai pasar saham dan lain-lain (Azlina, 2010). Menurut Sudarmadji dan Sularto (2007),

ukuran (*size*) suatu perusahaan dapat dinyatakan dalam total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aset, penjualan dan kapitalisasi pasar, semakin besar ukuran perusahaan. Ketiga variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan itu. Semakin besar aset, semakin banyak modal yang diinvestasikan, semakin banyak penjualan, semakin banyak sirkulasi uang dan semakin besar kapitalisasi pasar, semakin besar dikenal di masyarakat.

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai perbandingan tentang besar atau kecilnya suatu perusahaan. Menurut Poerwadarminta (1983:13) ukuran perusahaan ditafsirkan sebagai berikut:

- 1) Alat untuk mengukur (seperti mengukur dan sebagainya)
- 2) Satu yang digunakan untuk menentukan (menilai dan sebagainya)
- 3) Penghasilan mengukur panjang (lebar, luas, besarnya) dari sesuatu

Riyanto (2008:313) menyatakan ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva. Ukuran perusahaan menurut Scoot dalam Torang (2012:93) adalah sebagai : “Ukuran organisasi adalah suatu *variable lonteks* yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi.” Kurniasih (2012:148) menjelaskan bahwa ukuran merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan.

Brigham dan Houston (2006:25) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah "Rata-rata total penjualan bersih untuk tahun tersebut hingga beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar daripada biaya variabel dan biaya tetap, maka jumlah pendapatan sebelum pajak akan diperoleh. Sebaliknya, jika

penjualan lebih kecil dari biaya variabel dan biaya tetap, perusahaan akan menderita kerugian.

Dari beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu ukuran besar atau kecilnya perusahaan yang dapat di klasifikasikan dengan berbagai cara yaitu, total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain. Ukuran perusahaan yang menunjukkan ukuran perusahaan merupakan faktor penting dalam pembentukan manajemen laba. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia bagi investor dalam mengembalikan keputusan semakin banyak dan meminimalkan kemungkinan asimetri informasi yang dapat menyebabkan praktik manajemen laba di perusahaan.

b. Klarifikasi Ukuran Perusahaan

Klarifikasi ukuran perusahaan menurut UU No. 20 tahun 2008 dibagi menjadi 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Definisi bisnis mikro, bisnis kecil, bisnis menengah, dan bisnis besar menurut UU No. 20 tahun 2008 pasal 1 adalah sebagai berikut:

- 1) Bisnis mikro adalah bisnis produktif yang dimiliki oleh individu lain dan / atau entitas bisnis individual yang memenuhi kriteria untuk bisnis mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
- 2) Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cadangan perusahaan yang dimiliki, dikendalikan, atau usaha skala besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam hukum.

3) Bisnis skala menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan anak perusahaan atau perusahaan cabang yang dimiliki, dikendalikan atau menjadi bagian baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

4) Bisnis besar adalah bisnis ekonomi produktif yang dilakukan oleh entitas bisnis dengan aset bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari bisnis menengah, yang meliputi bisnis nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan bisnis asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia .

Kategori ukuran perusahaan menurut Badan Standarisasi Nasional terbagi menjadi 3 jenis, yaitu :

1) Perusahaan besar

Perusahaan besar adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp. 10 miliar termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp. 50 miliar / tahun.

2) Perusahaan menengah

Perusahaan menengah adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih Rp. 1-10 miliar, termasuk tanah dan bangunan. Memiliki penjualan lebih dari Rp 1 miliar dan kurang dari Rp. 50 miliar.

3) Perusahaan kecil

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih maksimal Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki minimal Rp. 1 miliar / tahun.

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut Small Bussiness Administration (SBA) dalam Restuwulan (2013), yaitu :

Tabel 2.1 Kriteria Ukuran Perusahaan

<i>Small Bussiness</i>	<i>Employment Size</i>	<i>Asset Size</i>	<i>Sales Size</i>
<i>Family Size</i>	1-4	<i>Under \$100.00</i>	<i>\$100.00-500.00</i>
<i>Small</i>	5-19	<i>\$100.00-500.00</i>	<i>\$500.00-1Million</i>
<i>Medium</i>	20-99	<i>\$500.00-5 Million</i>	<i>\$1 Million-10 Million</i>
<i>Large</i>	100-499	<i>\$5-25 Million</i>	<i>\$10 Million-50 Million</i>

Sumber : *Small Bussiness Administration* (Restuwulan, 2013)

c. Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Prasetyantoko (2008:257) pengukuran ukuran perusahaan adalah "Total aset dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan semakin besar". Menurut Syafri (2007: 23) Pengukuran perusahaan adalah "Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total aset) perusahaan. Penggunaan total aset didasarkan pada pertimbangan bahwa total aset mencerminkan ukuran perusahaan dan dianggap mempengaruhi ketepatan waktu ". Menurut Yogiarto (2012: 150) Ukuran perusahaan diukur melalui "Ukuran Perusahaan = Total aset"

Menurut Ardi Mardoko Sudarmaji (2) "Total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar. Semakin besar total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar maka besar pula ukuran perusahaan itu. Ketika *variable* ini digunakan untuk

menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aset, semakin banyak modal yang diinvestasikan, semakin banyak penjualan, semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar, semakin besar dikenal di masyarakat, dengan begitu didapat rumus ukuran perusahaan yaitu $\ln(\text{total aktiva})$.

2.1.3 Profitabilitas

a. Pengertian Profitabilitas

Profitabilitas adalah indikator kinerja yang dilakukan oleh manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan sebagaimana ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan (Sudarmadji dan Sularto, 2007). Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan pengawasan berjalan dengan baik, sedangkan tingkat profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa kinerja perusahaan tidak baik, dan kinerja manajemen tidak buruk di mata kepala sekolah. Syafri (2007: 53) menyatakan bahwa profitabilitas mengasumsikan bahwa perusahaan yang memiliki atau mendapatkan laba besar akan memiliki peluang yang baik untuk bersaing dengan jenis perusahaan yang sama. Rasio ini menghubungkan laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan (laba bersih) dengan jumlah aset yang digunakan untuk menghasilkan laba operasi.

Sartono (2008:122) menyatakan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba dalam kaitannya dengan penjualan, total aset, dan modal sendiri. Secara garis besar, keuntungan yang dihasilkan oleh perusahaan berasal dari penjualan dan investasi yang dilakukan oleh perusahaan. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini, semakin baik profitabilitas aset dalam memperoleh laba

bersih. Sebagai bentuk dari laporan keuangan perusahaan, profitabilitas merupakan wujud keberhasilan manajemen dalam menjalankan perusahaannya. Profitabilitas mengukur efisiensi perusahaan menggunakan modal, baik modal sendiri maupun modal asing. Dan profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat disimpulkan profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dalam suatu periode tertentu melalui penjualan, total aktiva maupun modal, baik itu dari modal sendiri atau dari asing. Profitabilitas bias juga dapat diartikan sebagai wujud dari sebuah keberhasilan manajemen dalam pengelola perusahaan dalam pengelolaan atau penggunaan modal.

b. Rasio Profitabilitas

Menurut cashmere (2014: 115) mendefinisikan rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari laba. Rasio ini juga memberikan ukuran efektivitas manajemen perusahaan. Ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Rasio profitabilitas menunjukkan rasio efisiensi perusahaan. Menurut Fahmi (2013: 116) rasio profitabilitas adalah untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba. Calon investor akan dengan cermat menganalisis kelancaran perusahaan dalam kemampuannya menghasilkan laba. Semakin baik rasio profitabilitas, semakin baik kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba.

c. Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut Hanasi dan Abdul halim (2009:83) Beberapa rasio yang digunakan untuk menghitung profitabilitas adalah sebagai berikut :

1) *Profit Margin*

Profit margin menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bias dilihat secara langsung melalui analisis *common size* untuk laporan rugi-laba. Rasio ini bias diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Rasio profit margin bias dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Profit margin} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Penjualan}}$$

Profit margin yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. Profit margin yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya tertentu , atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan tertentu, atau bahkan kombinasi dari kedua hal tersebut. secara umum rasio yang rendah menunjukkan ketidakefesiennya manajemen dalam mengelola sebuah perusahaan.

2) *Return On Total Asset (ROA)*

Rasio ini mengukur tentang kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat asset tertentu. ROA (*Return On Total Asset*) juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*) . Rasio ini bisa dihitung sebagai berikut :

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

Rasio yang tinggi menunjukkan tentang efisiensi manajemen aset yang berarti efisiensi manajemen.

3) *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini mengukur tentang kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba) berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham. Rasio ROE bisa dihitung sebagai berikut :

$$ROE = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

Meskipun rasio ini mengukur keuntungan (laba) dari sudut pandang pemegang saham, rasio ini tidak memperhitungkan deviden maupun *capital gain* untuk pemegang saham. Karena itu rasio ini bukan pengukuran return pemegang saham yang sebenarnya. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan rumus *return on total asset* (ROA) untuk menghitung profitabilitas dengan alasan bahwa rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan keuntungan kemampuan perusahaan secara keseluruhan didalam menghasilkan didalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia dalam perusahaan. Semakin besar perubahan ROA (*return on total asset*) menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan keuntungan (laba). Dalam hal ini dapat mempengaruhi investor

dalam memprediksi laba dan memprediksi resiko dalam investasi sehingga dapat memberikan dalam pada kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Menurut Sartono (2012) “ *return on investment* atau *return on asset* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.”

$$ROI = \frac{\text{Laba setelah pajak}}{\text{Total Aktiva}}$$

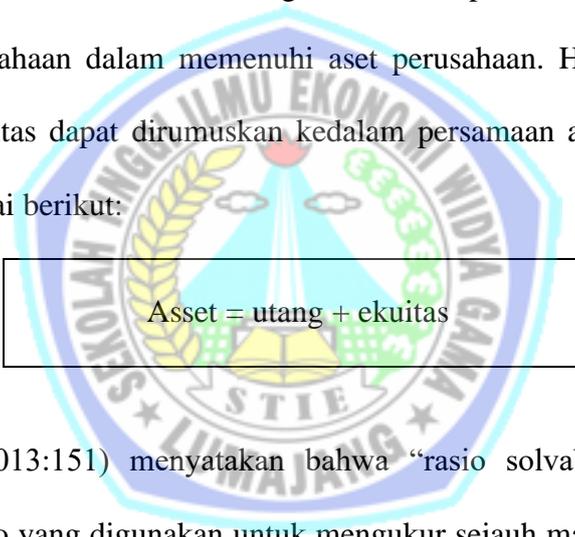
Rasio ROA yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen asset, yang berarti efisiensi manajemen (Hanafi dan Abdul Halim, 2009:84)

2.1.4 *Leverage*

a. *Pengertian Leverage*

Rasio *Leverage* menggambarkan sumber dana operasi yang digunakan oleh perusahaan. Rasio *leverage* juga menunjukkan risiko yang dihadapi perusahaan. Semakin besar risiko yang dihadapi perusahaan, ketidakpastian untuk menghasilkan laba di masa depan juga akan meningkat. *Leverage* in Van Horne (2007: 182) adalah penggunaan biaya tetap dalam upaya meningkatkan profitabilitas. *Leverage* adalah pedang bermata dua menurut Van Horne (2007: 182) yang jika laba perusahaan dapat diperbesar, demikian juga kerugiannya. Dengan kata lain, penggunaan *leverage* dalam perusahaan dapat meningkatkan laba perusahaan, tetapi jika terjadi sesuatu yang tidak seperti yang diharapkan, maka perusahaan dapat mengalami kerugian yang sama dengan persentase laba yang diharapkan, bahkan mungkin lebih besar.

Devi (2017) menyatakan bahwa “*leverage* adalah perbandingan total kewajiban dan aktiva perusahaan. Rasio *leverage* merupakan rasio yang paling banyak digunakan untuk meningkatkan laba perusahaan, hal ini dikarenakan rasio ini dapat menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dan juga digunakan oleh investor untuk melihat kemampuan dan resiko perusahaan.” Sunyoto (2013:101) menyatakan bahwa “kemampuan perusahaan untuk memenuhi seluruh kewajiban perusahaan yang meliputi hutang jangka pendek dan jangka panjang.” Rasio *leverage* merupakan rasio untuk mengetahui seberapa besar beban utang yang di tanggung perusahaan dalam memenuhi aset perusahaan. Hubungan antara aset, utang, dan ekuitas dapat dirumuskan kedalam persamaan akuntansi (*accounting equition*) sebagai berikut:


$$\text{Asset} = \text{utang} + \text{ekuitas}$$

Kasmir (2013:151) menyatakan bahwa “rasio solvabilitas atau *leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan disebanding dengan aktivitya.” Dalam artian tersebut rasio *leverage* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban baik jangka panjang maupun jangka pendek. Berikut beberapa tujuan perusahaan menggunakan rasio *leverage*:

- 1) Untuk mengetahui posisi keuangan dari kewajiban kepada kreditor lain.
- 2) Untuk menilai kemampuan perusahaan untuk memenuhi kewajiban tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).

- 3) Untuk menilai keseimbangan antara nilai aset, terutama aset tetap dan modal.
- 4) Untuk menilai seberapa banyak perusahaan dibiayai oleh hutang.
- 5) Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap manajemen aset.
- 6) Untuk menilai atau mengukur berapa banyak setiap rupiah dari modal sendiri digunakan sebagai hutang jangka panjang.
- 7) Untuk menilai berapa dana pinjaman yang akan ditagih segera, ada berapa kali modal yang dimiliki dan keperluan lainnya.

Rasio *Leverage* menunjukkan jumlah modal yang berasal dari pinjaman (utang) yang digunakan untuk membiayai investasi dan operasi perusahaan. Menurut Ma'ruf dalam Guna dan Herwati (2010), sumber yang berasal dari hutang akan meningkatkan resiko perusahaan. Oleh karena itu, semakin banyak menggunakan hutang maka *leverage* perusahaan akan besar dan semakin besar pula risiko yang akan dihadapi perusahaan.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka bisa disimpulkan bahwa rasio *leverage* atau (*ratio solvability*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan terkait dengan pembayaran kewajibannya, atau dengan kata lain rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktivitas perusahaan dibiayai dengan utang, baik jangka panjang maupun jangka pendek.

b. Jenis-Jenis Rasio *Leverage*

Dalam praktik rasio *leverage*, terdapat beberapa jenis rasio *leverage* atau solvabilitas yang disesuaikan dengan tujuan perusahaan. (Kasmir, 2016:156) menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis rasio *leverage* atau solvabilitas yang sering digunakan perusahaan, yaitu :

1) *Debt to Asset* atau *Debt Ratio*

Rasio ini sering dikenal dengan rasio yang menilai perbandingan hutang perusahaan. Rumus *debt to asset* atau *debt ratio* adalah :

$$\text{Debt to Asset atau Debt Ratio} = \frac{\text{total debt}}{\text{total assets}}$$

2) *Debt to Equity Ratio*

Debt to equity ratio merupakan jenis rasio yang bermanfaat untuk melihat seberapa besar dana yang disediakan peminjam dengan pemilik entitas. Rumus *debt to equity ratio* adalah :

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{total utang (debt)}}{\text{ekuitas (equity)}}$$

3) *Long-Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

LTDtER adalah rasio yang bertujuan guna mengukur jumlah bagian dari setiap rupiah modal sendiri dengan utang jangka panjang sebagai jaminannya.

Rumus *long-term debt to equity ratio* adalah :

$$\text{LTDtER} = \frac{\text{long term debt}}{\text{equity}}$$

4) *Times Interest Earned*

Times Interest Earned dikenal dengan kata lain rasio kelipatan, dimana rasio ini dapat diukur dengan menggunakan perbandingan laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan beban yang dikeluarkan. Rumus *times interest earned* adalah :

$$\text{Times Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{biaya bunga (interest)}}$$

5) *Fixed Charger Coverage*

Fixed Charger Coverage merupakan rasio yang hampir sama dengan rasio *times interest earned*, perbedaan keduanya terletak pada hutang seperti pada rasio ini dilakukan untuk memperoleh utang jangka panjang. Rumus *fixed charger coverage* adalah :

$$\text{Fixed Charger Coverage} = \frac{\text{EBIT} + \text{beban bunga} + \text{beban sewa}}{\text{beban bunga} + \text{beban sewa}}$$

2.2 Penelitian Terdahulu

Berikut beberapa penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian ini yaitu:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel penelitian	Hasil
1.	Wisnu Arwinda Irawan (2013)	Analisis pengaruh kepemilikan institusional, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan, dan	Variabel X kepemilikan institusional, <i>leverage</i> , ukuran perusahaan , dan	<i>Leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan

		profitabilitas terhadap manajemen laba	profitabilitas Variabel Y manajemen laba	terhadap manajemen laba, sedangkan variabel kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
2.	Ketut Gunawan, Nyoman Ari Surya Darmawan, Gusti Ayu Purnamawati (2015)	Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> terhadap manajemen laba	Variable X ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> Variabel Y manajemen laba	Secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Dan secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba
3.	Dimas Febby Sukma Kurniawan (2019)	Pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas terhadap manajemen laba	Variabel X ukuran perusahaan, profitabilitas Variabel Y manajemen laba	Ukuran perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba
4.	Alfin Bahrudin (2019)	Pengaruh <i>free cash flow</i> dan <i>leverage</i> terhadap manajemen laba	Variabel X <i>free cash flow</i> dan <i>leverage</i> Variabel Y manajemen laba	<i>free cash flow</i> tidak berpengaruh signifikan dengan manajemen laba dan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap

				manajemen laba
5.	Dian Agustin (2013)	Pengaruh faktor <i>good corporate governance</i> , <i>free cash flow</i> , dan <i>leverage</i> terhadap manajemen laba	Variabel X <i>good corporate governance</i> , <i>free cash flow</i> , dan <i>leverage</i> . Variable Y manajemen laba	Komponen <i>good corporate governance</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan <i>leverage</i> berpengaruh terhadap manajemen laba, dan <i>free cash flow</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
6.	Tri Widyastuti (2010)	Pengaruh struktur kepemilikan dan kinerja keuangan terhadap manajemen laba	Variabel X kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial, <i>size</i> , dan <i>leverage</i> , dan profitabilitas. Variable Y manajemen laba	Kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
7.	Nur Azlina (2010)	Analisis faktor yang mempengaruhi manajemen laba	Variabel X jumlah dewan direksi, <i>leverage</i> , pesentase saham yang ditawarkan ke publik, dan ukuran perusahaan Variable Y manajemen laba	Variable ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan variable jumlah dewan direksi, <i>leverage</i> , dan pesentase saham yang ditawarkan ke publik tidak

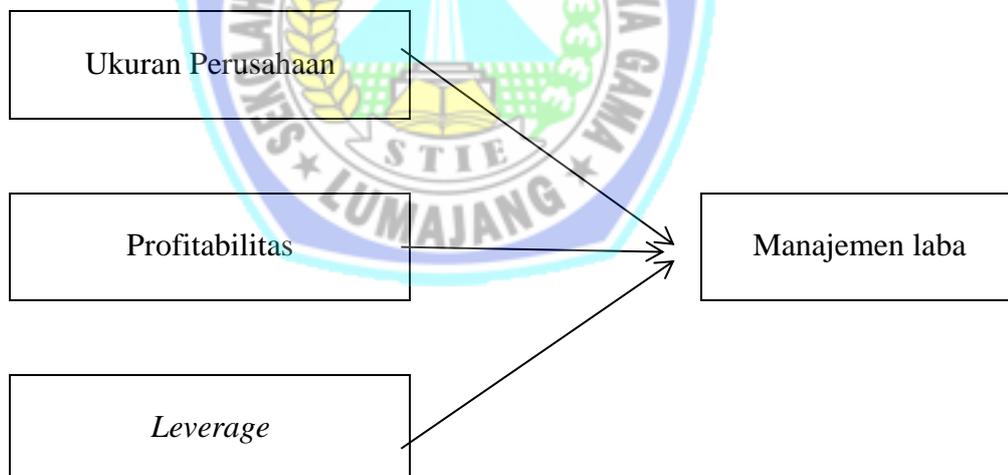
				berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
8.	Winingsih (2017)	Pengaruh <i>free cash flow</i> , <i>leverage</i> , likuiditas, profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.	Variabel X <i>free cash flow</i> , <i>leverage</i> , likuiditas, profitabilitas Variabel Y manajemen laba	<i>free cash flow</i> , <i>leverage</i> , likuiditas, tidak mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan profitabilitas mempunyai pengaruh terhadap manajemen laba
9	Alesia Heni Selviani 2017	Pengaruh profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba	Variabel X profitabilitas, <i>leverage</i> dan ukuran perusahaan Variabel Y manajemen laba	Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba, <i>leverage</i> tidak berpengaruh positif terhadap manajemen laba, dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh negatif
10	Pipit Widya Astuti 2017	Pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan kualitas audit terhadap manajemen laba	Variabel X profitabilitas, ukuran perusahaan, <i>leverage</i> dan kualitas audit Variabel Y manajemen laba	Profitabilitas, <i>leverage</i> , dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba,

Sumber : Data diolah 2020

2.3 Kerangka Pemikiran

Dalam laporan keuangan elemen penting yang digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan adalah laba. Laba menjadi sumber informasi yang menjadi perhatian utama dalam manaksirkan kinerja dalam suatu perusahaan, selain itu laba digunakan oleh investor atau pihak lain sebagai indikator untuk menilai suatu perusahaan. Tetapi hal itu disalah gunakan oleh para manajer untuk melakukan manajemen laba. Manajemen laba merupakan campur tangan manajemen dengan sengaja dalam proses penentuan laba, biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi.

Untuk menggambarkan analisis pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap manajemen laba, maka dibuat suatu kerangka pemikiran sebagai berikut :



Gambar 2.1 Kerangka pikiran

Sumber : Diolah oleh peneliti 2020

2.4 Pengajuan Hipotesis

2.4.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap manajemen laba

Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan yang berhubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar aset yang dimilikinya. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan besar yang memiliki aktifitas operasi yang lebih kompleks sehingga kemungkinan melakukan manajemen laba. Perusahaan besar biasanya tumbuh dengan membentuk kredibilitas dan akuntabilitas informasi keuangan yang dilaporkan. Perusahaan besar cenderung lebih banyak menarik perhatian dan pengawasan dari investor, analis, kreditur, dan pemegang saham (Eka, 2014). Selain itu ada yang berpendapat Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan melaporkan kondisinya dengan lebih berhati-hati dan lebih transparan, sehingga perusahaan besar akan melakukan manajemen laba lebih sedikit, karena perusahaan yang besar akan banyak dilihat kinerjanya oleh masyarakat atau publik sebagai pertimbangan investasi.

Jao dan pagulung (2011) dalam penelitiannya menyatakan bahwa terdapat pengaruh negative ukuran perusahaan terhadap nilai *discretionary accrual*. Sehingga diduga bahwa ukuran perusahaan mempengaruhi besar pengelolaan laba perusahaan, dimana semakin besar perusahaan maka semakin kecil pengelolaan labanya. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Nur Azlina (2010) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₁ : Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba

2.4.2. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan dengan laba yang dihasilkan perusahaan (Sudarmaji dan Sularto, 2007). Profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang diperoleh perusahaan dalam menjalankan aktifitasnya profitabilitas dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. Karena, jika profitabilitas yang didapat perusahaan rendah biasanya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya dimata pemilik (Gunawan, *et al.*, 2015). Profitabilitas yang tinggi menggaambarkan bahwa kinerja perusahaan baik, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa kinerja perusahaan mengalami penurunan. Kenaikan dan penurunan inilah yang dihindari manajer terkait penilaian kinerja karena investor lebih menyukai kestabilan maupun peningkatan pendapatan dari pada pendapatan yang fluktuatif (Prasetya, 2013) Profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasional.

Widyastuti (2009) menyatakan semakin besar tingkat profitabilitas maka semakin besar terjadinya manajemen laba. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tri Widyastuti bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Selain itu dalam penelitian (Noviyanti, 2014) mengemukakan bahwa

profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba, artinya semakin tinggi profitabilitas maka semakin meningkat manajemen laba, dan sebaliknya semakin rendah profitabilitas maka semakin kecil manajemen laba. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₂ : Profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba

2.4.3. Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

Leverage merupakan tolak ukur mengenai manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Suatu perusahaan dengan *leverage* yang tinggi berarti mempunyai liabilitas yang lebih besar jika dibandingkan dengan asset yang dimiliki, yang mengakibatkan resiko dan tekanan yang besar pada perusahaan. Perusahaan yang memiliki *leverage* yang tinggi akibat besarnya liabilitas dibandingkan aktiva yang dimiliki perusahaan, diduga melakukan manajemen laba karena perusahaan terancam tidak dapat memenuhi kewajiban membayar liabilitas pada waktu yang ditentukan (Purwanti, 2012 dalam Pambudi Sumantri, 2014).

Leverage merupakan rasio antara total kewajiban dengan total aset. Semakin besar rasio *leverage*, berarti semakin tinggi nilai utang perusahaan. Dengan demikian, untuk perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi aktivasnya. Hal tersebut akan mendorong manajemen melakukan manipulasi dalam bentuk manajemen laba dengan tujuan menghindari pelanggaran perjanjian utang. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan Dian Agustin (2013) membuat

hipotesis dalam penelitiannya bahwa perusahaan dengan *leverage* tinggi akan mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan pengelolaan laba. Berdasarkan hal tersebut maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H₃ : *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba

