

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Landasan Teori

1.1.1 Pengertian Ukuran perusahaan

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

1. Alat-alat untuk mengukur (seperti menjengkal dan sebagainya)
2. Sesuatu yang dipakai untuk menentukan (menilai dan sebagainya)
3. Pendapat mengukur panjangnya (lebarnya, luasnya, besarnya) sesuatu.

Riyanto (2008:313) menyatakan ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya equity, nilai penjualan atau nilai aktiva

Ukuran perusahaan menurut Scott dalam Torang (2012:93) adalah sebagai berikut : “Ukuran organisasi adalah suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi”. Kurniasih (2012:148) menyatakan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Brigham dan Houston (2006:25) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan adalah “Rata-rata total penjualan bersih untuk tahun bersangkutan sampai beberapa tahun. Dalam hal ini penjualan lebih besar dari pada biaya variabel dan biaya tetap, maka akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Sebaliknya jika penjualan lebih kecil dari pada biaya variabel dan biaya tetap maka perusahaan akan menderita kerugian.

Beberapa definisi diatas menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan nilai besar kecilnya perusahaan yang di lihat dari besar kecilnya equity, nilai penjualan, dan aktiva yang berpesan sebagai variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk yang di hasilkan oleh organisasi.

2.1.2 Klarifikasi Ukuran Perusahaan

Klarifikasi ukuran perusahaan menurut UU No.20 tahun 2008 dibagi kedalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No.20 Tahun 2008 pasal 1 adalah sebagai berikut :

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagai mana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan

jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana di atur dalam undang-undang ini

4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

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

a. Perusahaan Besar

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

b. Perusahaan Menengah

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

c. Perusahaan Kecil

Perusahaan kecil adalah perusahaan yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200 Juta tidak termasuk tanah dan bangunan dan memiliki hasil penjualan minimal Rp. 1 Miliar/tahun.

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut small business administration (SBA) dalam Restuwulan (2013), yaitu :

Tabel 2.1

Kriteria Ukuran Perusahaan

Small Bussiness	Employment Size	Asset Size	Sales Size
Family Size	1-4	Under \$100.00	\$100.00-500.00
Small	5-19	\$100.00-500.00	\$500.000-1 Million
Medium	20-99	\$500.00-5 Million	\$1 Million-10 Million
Large	100-499	\$5-25 Million	\$10 Million-50 Million

Sumber : Small Bussiness Administration (Restuwulan, 2013)

2.1.3 Metode Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Prasetyantoko (2008:257) pengukuran ukuran perusahaan adalah “Asset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar asset biasanya perusahaan tersebut makin besar”.

Menurut Syafri (2007:23) pengukuran perusahaan adalah “Ukuran perusahaan di ukur dengan logaritma natural (Ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan di duga mempengaruhi ketepatan waktu”. Menurut Yogiarto (2007:282) “Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”. Menurut Kurniasih (2012:150) Ukuran perusahaan diukur melalui “Ukuran perusahaan = Ln total aktiva”

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 variabel ini digunakan untuk menentukan ukuran perusahaan karena dapat mewakili seberapa besar perusahaan tersebut. Semakin besar aktiva, semakin banyak modal yang ditanam, semakin banyak penjualan maka semakin banyak perputaran uang, dan semakin besar kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ia dikenal dalam masyarakat”.

Uraian diatas menjelaskan bahwa ukuran perusahaan ditentukan melalui ukuran aktiva. Ukuran aktiva tersebut di ukur sebagai logaritma dari total aktiva.

2.1.4 Pengertian Profitabilitas

Sartono (2008:122) menyatakan profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Syafri (2007:50) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan menghasilkan laba (profit) selama periode tertentu dengan menggunakan aktiva atau modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri.

Syafri (2007:53) menyatakan profitabilitas mengasumsikan bahwa perusahaan yang memiliki atau mendapatkan laba (profit) yang besar akan memiliki kesempatan yang baik untuk bersaing dengan jenis perusahaan yang sama. Rasio ini menghubungkan laba bersih yang diperoleh dari operasi perusahaan (net income) dengan jumlah aktiva yang digunakan untuk menghasilkan keuntungan operasi tersebut. Sebagai bagian dari laporan keuangan perusahaan, profitabilitas merupakan wujud keberhasilan manajemen dalam

menjalankan perusahaan. Profitabilitas menyangkur efisiensi perusahaan menggunakan modal, baik modal sendiri maupun modal asing. Profitabilitas menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

Uraian diatas menunjukkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba (profit) selama periode tertentu melalui penjualan, total aktiva maupun modal, baik modal secara keseluruhan maupun modal sendiri. Profitabilitas bisa juga diartikan sebagai wujud keberhasilan manajemen dalam mengelola perusahaan menyangkut dengan efisiensi penggunaan modal.

2.1.5 Rasio Profitabilitas

Pengertian rasio profitabilitas menurut Hanafi dan Abdul Halim (2009:83) “Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, asset, dan modal saham tertentu”. Sartono (2008:114) menyatakan “Rasio profitabilitas, dapat mengukur seberapa besar kemampuan perusahaan memperoleh laba baik dalam hubungannya dengan penjualan, asset maupun laba bagi modal sendiri. Dengan demikian bagi investor jangka panjang akan sangat berkepentingan dengan analisis profitabilitas ini”.

Menurut Kasmir (2014:115) definisi rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya bahwa penggunaan rasio ini menunjukkan rasio efisiensi perusahaan.

Menurut Fahmi (2013:116) rasio profitabilitas yaitu untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan didalam menghasilkan keuntungan. Investor yang potensial akan menganalisis dengan cermat kelancaran sebuah perusahaan dan kemampuannya untuk mendapatkan keuntungan. Semakin baik rasio profitabilitas maka semakin baik menggambarkan kemampuan tingginya perolehan keuntungan perusahaan”.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat kemampuan dan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh keuntungan yang berhubungan dengan penjualan, aktiva mauoun investasi.

2.1.6 Metode Pengukuran Profitabilitas

Menurut Hanafi 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 bisa dilihat secara langsung melalui analisis common size untuk laporan rugi-laba. Rasio ini bisa diinterprestasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya – biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Rasio profit margin bisa di hitung dengan rumus sebagai berikut :

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

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 ketidakefisiensian 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 :


$$ROA = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Total Asset}}$$

Rasio yang tinggi menunjukkan tentang efisiensi manajemen asset, 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 pengukur return pemegang saham yang sebenarnya.

Dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan rumus return on total asset (ROA) untuk menghitung profitabilitas . dengan alasan bahwa rasio ini mengukur kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam 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 dampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Menurut Sartono (2008:123) “Return on investment atau return on asset menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan”.

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

(Sartono,2008:123)

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

2.1.7 Pengertian Manajemen Laba

Scott (2015) manajemen laba adalah pilihan yang dilakukan oleh manajer dalam menentukan kebijakan akuntansi, atau aksi nyata, yang mempengaruhi laba sehingga mencapai sasaran dengan melaporkan laba tertentu. Fisher dan Ronsenzweig (1995) dalam Sulistyanto (2008) manajemen laba adalah tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan (penurunan) keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang.

Menurut Healy dan Wallen (1999) manajemen terjadi ketika manajer menggunakan judgement dalam laporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk mengubah laporan keuangan, sehingga menyesatkan stakeholders tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil yang berhubungan dengan kontrak yang tergantung pada angka akuntansi.

Dari pernyataan beberapa ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan tindakan manajemen dalam menaikkan atau menurunkan keuntungan (laba) di dalam suatu periode demi kepentingan internal namun tanpa menyebabkan kenaikan atau penurunan terhadap keuntungan ekonomi perusahaan jangka panjang.

2.1.8 Motivasi Manajemen Laba

Dalam Positif *Accounting theory* terdapat tiga faktor pendorong yang melatar belakangi terjadinya manajemen laba (Watt dan Zimmerman, 1986) yaitu :

a. *Bonus Plan Hypothesis*

Manajemen akan memilih metode akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan yang memberikan bonus besar berdasarkan laba lebih banyak menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan laba yang dilaporkan.

b. *Debt Covenant Hypothesis*

Manajer perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian kredit cenderung memilih metode akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba (Sweney, 1994, dalam Rahmawati dkk, 2006). Hal ini untuk menjaga reputasi mereka dalam pandangan pihak eksternal.

c. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metode akuntansi yang menurunkan laba. Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan misalnya mengenakan peraturan antiturst menaikkan pajak pendapatan perusahaan dan lain-lain.

2.1.9 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 berwujud, estimasi biaya garansi dan lain-lain.

2. Mengubah Metode Akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh : merubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

3. Menggeser Periode Biaya atau Pendapatan

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

2.1.10 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 :

a) Menentukan nilai total akrual (TA) dengan rumus :

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

Keterangan :

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

N_{iit} = Laba bersih perusahaan i dalam periode t

CFO_{it} = Arus kas operasi perusahaan i dalam periode t

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

$$TA_{it} = a_1 + a_2 \Delta Rev_{it} + a_3 PPE_{it} + \epsilon_{it}$$

Lalu untuk menskala data, semua variabel tersebut dibagi dengan asset tahun sebelumnya, sehingga rumusnya ialah :

$$TA_{it}/A_{it-1} = a_1(1/A_{it-1}) + a_2(\Delta Rev_{it}/A_{it-1}) + a_3(PPE_{it}/A_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

Keterangan :

T_{ait} = Total akrual perusahaan i dalam periode t.

A_{it-1} = Total aset total perusahaan i pada periode t-1.

ΔRev_{it} = Perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode t.

PPE_{it} = 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.

c) Menghitung nilai non discretionary accruals (NDA) dengan rumus :

$$NDA_{it} = a_1(1/A_{it-1}) + a_2(\Delta Rev_{it}/A_{it-1} - \Delta Rec_{it}/A_{it-1}) + a_3(PPE_{it}/A_{it-1})$$

Keterangan:

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

A_{it-1} = Total aset total perusahaan i pada periode t-1.

ΔRev_{it} = Perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode t.

ΔRec_{it} = Perubahan piutang perusahaan i pada periode t.

PPE_{it} = Property, plant, and equipment perusahaan i pada periode t.

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

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

d) 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 aset tetap atau pertimbangan pemilihan metode depresiasi (Sulistiawan, 2011).

2.2 Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan ukuran perusahaan dengan manajemen laba yang dilakukan peneliti sebelumnya. (Handayani dan Richadi, 2009) melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.

Sampel pada penelitian ini berjumlah 380 perusahaan manufaktur pada periode 2003-2006 dengan hasil ukuran perusahaan mempunyai pengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hal ini berarti perusahaan sedang dan besar tidak terbukti agresif dalam melakukan manajemen laba, karena semakin besar perusahaan akan cenderung menurunkan perilaku manajemen laba, karena perusahaan besar secara politis mendapatkan perhatian yang lebih dari pemerintah dibandingkan dengan perusahaan kecil.

Astuti (2017) melakukan penelitian tentang pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, leverage dan kualitas audit terhadap manajemen laba. Sampel pada penelitian ini sebanyak 104 perusahaan manufaktur. Hasil dari uji regresi linier berganda menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Leverage tidak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Noviyanti (2014) melakukan penelitian tentang analisis pengaruh mekanisme good corporate governance, profitabilitas dan leverage terhadap manajemen laba. Hasil penelitian menunjukkan bahwa good corporate governance berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba artinya tanda positif adalah semakin tinggi profitabilitas semakin meningkat manajemen laba yang terjadi dan sebaliknya semakin rendah profitabilitas maka semakin rendah juga manajemen laba. Leverage berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

Tabel 2.2 Tabel penelitian terdahulu

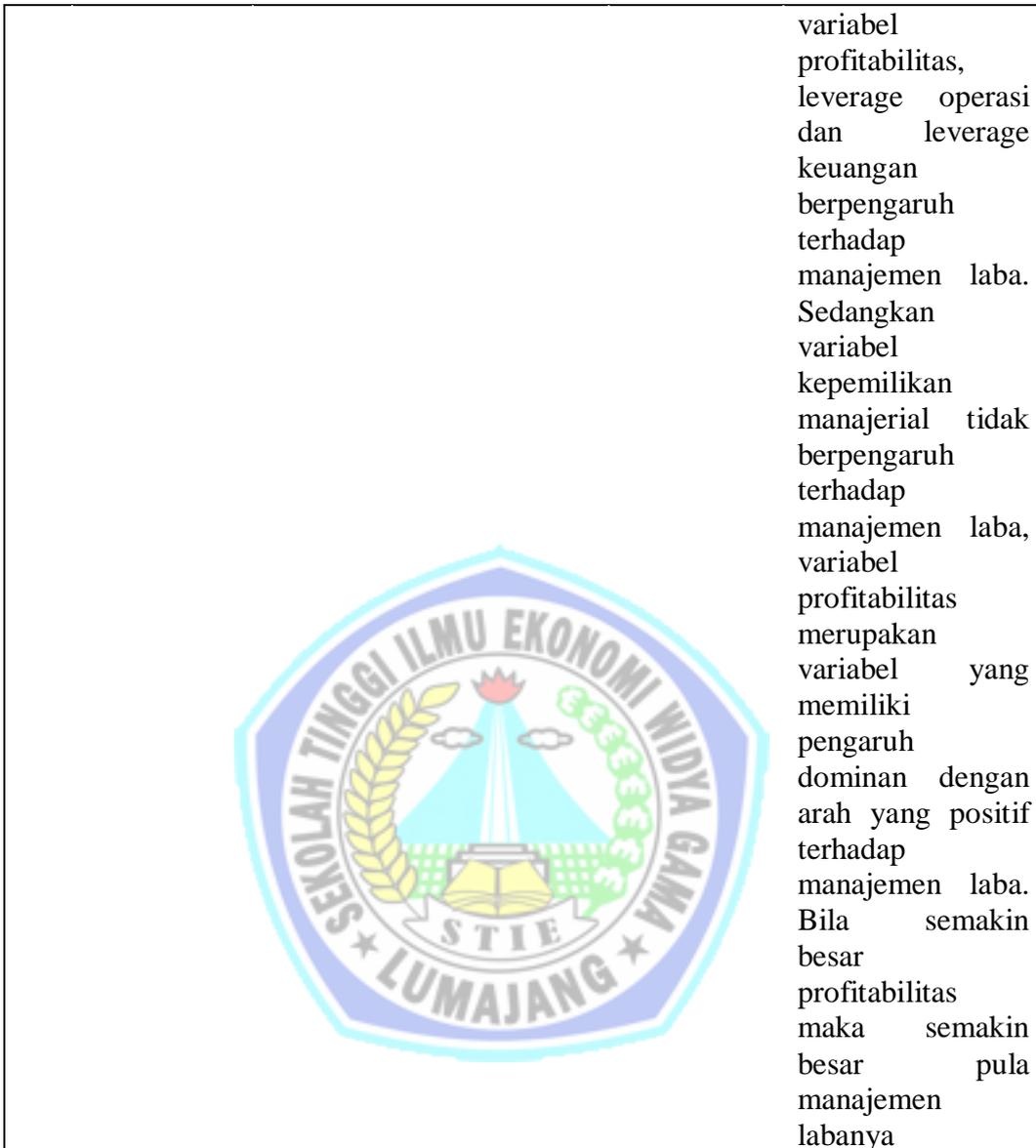
No	Nama Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Luhgiatno (2008) thesis	“Analisa pengaruh kualitas audit terhadap manajemen laba pada perusahaan yang melakukan IPO di Indonesia”	Kuantitatif- Regresi linier berganda	KAP Big Four dan KAP spesialis industri tidak mampu membatasi praktik manajemen laba bagi perusahaan yang di auditnya pada saat perusahaan melakukan IPO.
2	Welfin i Guna dan Arleen herawaty (2010) jurnal	Pengaruh mekanisme corporate Governance, Independensi auditor, kualitas audit dan faktor lainya terhadap manajemen laba	Kuantitatif –Regresi linier berganda	Leverage, kualitas audit dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba, sedangkan kepemilikan instusional, kepemilikan manajemen, komite audit, komisaris independen, independensi dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba
3	Andi sahabinnu (2011) jurnal	Pengaruh reputasi auditor, proporsi dewan komisaris independen, leverage terhadap manajemen laba studi empiris pada perusahaan	Kuantitatif – Regresi linier berganda	Reputasi auditor terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap

pertambahan yang terdaftar di BEI

manajemen laba, proporsi dewan komisaris independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba, leverage terbukti positif berpengaruh terhadap manajemen laba. Hal ini dikarenakan perusahaan memiliki rasio debt to equity besar maka manajer perusahaan tersebut cenderung menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan pendapatan laba.



4	Fera primawati (2008) skripsi	Pengaruh kepemilikan manajerial, profitabilitas perusahaan, leverage operasi dan leverage keuangan terhadap manajemen laba pada perusahaan automotive and allied products yang go public di BEI tahun 2004- 2006	Kuantitatif – Regresi linier berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan variabel-variabel bebas yaitu kepemilikan manajerial, profitabilitas perusahaan, leverage operasi, dan leverage keuangan mempengaruhi manajemen laba pada perusahaan automotive and allied products dan secara parsial
---	-------------------------------	--	---------------------------------------	---



variabel profitabilitas, leverage operasi dan leverage keuangan berpengaruh terhadap manajemen laba. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, variabel profitabilitas merupakan variabel yang memiliki pengaruh dominan dengan arah yang positif terhadap manajemen laba. Bila semakin besar profitabilitas maka semakin besar pula manajemen labanya

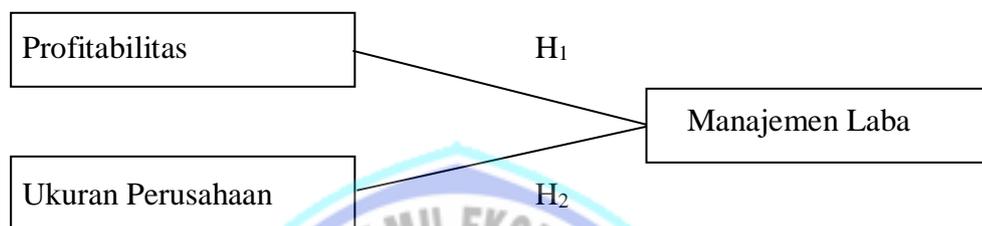
Sumber : diolah oleh peneliti 2019

2.3 Kerangka Penelitian

Berdasarkan penelitian terdahulu mengenai pengaruh profitabilitas, dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba dapat diambil kesimpulan bahwa jika ukuran perusahaan itu lebih besar maka tingkat manajemen laba akan semakin rendah namun jika ukuran perusahaan lebih kecil maka tingkat manajemen laba akan semakin tinggi, jika profitabilitas lebih tinggi maka tingkat

manajemen laba juga tinggi namun, apabila tingkat profitabilitas lebih rendah maka tingkat manajemen laba juga ikut rendah .

Berdasarkan yang telah dijelaskan sebelumnya mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan terhadap manajemen laba sehingga kerangka penelitian dapat digambarkan seperti ini :



Sumber : Diolah oleh peneliti 2019

2.4 Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas merupakan rasio yang menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba. Semakin tinggi rasio profitabilitas semakin baik pula tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan dalam menghasilkan laba. Pada umumnya nilai profitabilitas suatu perusahaan dapat di gunakan sebagai indikator untuk mengukur kinerja suatu perusahaan. Semakin tinggi profitabilitas perusahaan maka semakin tinggi kemampuan dan kinerja perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (laba). Keterkaitan antara profitabilitas dengan manajemen laba adalah ketika profitabilitas yang di peroleh perusahaan kecil pada periode waktu tertentu akan memicu perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan pendapatan yang diperoleh sehingga akan memperlihatkan nilai saham dan mempertahankan investor yang ada. (Noviyanti,

2014) menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba, artinya tanda positif tersebut adalah semakin tinggi profitabilitas maka semakin meningkat manajemen laba yang terjadi dan sebaliknya semakin rendah profitabilitas maka semakin rendah manajemen laba. Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesisnya ialah :

H_1 = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan dianggap dapat mempengaruhi manajemen laba. Ukuran perusahaan dapat dilihat dari seberapa besar aset yang dimilikinya. Perusahaan dengan ukuran yang lebih besar akan dilihat kinerjanya oleh masyarakat/publik sehingga perusahaan akan melaporkan kondisi keuangannya dengan lebih berhati-hati dan lebih transparan, sehingga perusahaan besar lebih sedikit melakukan manajemen laba. Sedangkan dengan perusahaan dengan ukuran yang lebih kecil mempunyai kecenderungan untuk melakukan manajemen laba dengan melaporkan laba yang lebih besar, untuk menunjukkan kinerja perusahaannya yang memuaskan. Keputusan ketua Bapepam No.Kep 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva/kekayaan adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar rupiah, sedangkan untuk perusahaan besar ialah badan hukum yang total aktivasnya diatas seratus milyar rupiah. Semakin besar ukuran perusahaan maka total aktiva yang dimiliki oleh perusahaan pun semakin besar. Pemerintah akan membebankan berbagai biaya (biaya operasi, biaya administrasi) kepada perusahaan besar. Perusahaan yang besar dengan total aktiva yang besar akan mempunyai

kecenderungan menghasilkan laba perusahaan yang besar pula. Perusahaan besar cenderung melakukan praktik manajemen laba dengan cara menurunkan laba karena perusahaan menghindari fluktuasi atau kenaikan laba secara drastis agar terhindar dari kenaikan pembebanan biaya oleh pemerintah dan masyarakat, Handayani dan Richardi (2009) melakukan penelitian tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur periode (2003-2006) dengan hasil ukuran perusahaan mempunyai pengaruh negatif terhadap manajemen laba berdasarkan pernyataan tersebut .dapat di simpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₂= Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

