BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Definisi *Earning Management*

Secara umum, *earning management* adalah bahwa *earning management* merupakan intervensi yang disengaja oleh manajamen dalam proses pelaporan keuanganperusahaan kepada pihak eksternal perusahaan yang memanfaatkan penilaian (*judgement*) mereka untuk mempengaruhi keputusan para penggunanya serta demimemperoleh keuntungan pribadi. Ada beberapa pengertian manajemen laba menurut para ahli diantaranya yaitu:

1. *Earnings management* adalah intervensi dengan maksud tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan memperoleh keuntungan untuk kepentingan sendiri (Schipper dalam Dechow dan Skinner, 2000).
2. *Earning Management* adalah pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer untuk mencapai tujuan khusus atau sebagai intervensi denganm maksud tertentu (Andrian dan Restuti, 2011).
3. *Earnings management* yang buruk adalah suatu kegiatan yang cenderung membuat catatan akuntansi palsu dan tidak mengungkapkan akuntansi yang sebenarnya, misalnya eksekutif perusahaan menyembunyikan dampak dari marjin laba yang rendah dengan mencatat pendapatan sebelum waktunya atau membuat pengurangan biaya kerugian utang yang tidak didukung. Hal ini disebut juga dengan bisnis yang buruk dan ilegal (Parfet, 2000).

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan pengertian dari *earning management* yaitu suatu intervensi dengan maksud dan tujuan tertentu atau untuk kepentigan pribadi dalam pelaporan keuangan serta digunakan untuk pengambilan keputusan,tetapi *earning management* dapat mengurangi kredibilitas perusahaan karena tindakan *earning management* cenderung membuat catatan akuntansi palsu dan tidak mengungkapkan akuntansi yang sebenarnya.

2.1.2 Tujuan *Earning Management*

Tujuan Menurut Watt dan Zimmerman (dalam Indarti et. al., 2004) tujuan yang akan dicapai oleh manajemen melalui *earning management* meliputi:

1. Mendapatkan bonus dan kompensasi lainnya

   Perusahaan dengan bonus *plan* cenderung untuk menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatkan income saat ini. Masuk
2. Mempengaruhi keputusan pelaku pasar modal

   Bahwa pada perusahaan yang mempunyai rasio hutang modal yang besar maka manajer perusahaan tersebut cenderung menggunakan metode akuntansi yang akan meningkatakan pendapatan atau laba.
3. Menghindari biaya politik

   Bahwa pada perusahaan yang besar, yang kegiatan operasinya menyentuh sebagian besar masyarakat akan cenderung untuk mengurangi laba yang dilaporkan.

2.1.3 Motivasi Melakukan Tindakan *Earning Management*

Menurut Scott (2003:377) beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan *earning management*, antara lain sebagai berikut:

1. Motivasi bonus, yaitu manajer akan berusaha mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonusnya.
2. Motivasi kontrak, berkaitan dengan utang jangka panjang, yaitu manajer menaikkan laba bersih untuk mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami *technical default*.
3. Motivasi politik, aspek politis ini tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri strategis karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak.
4. Motivasi pajak, pajak merupakan salah satu alasan utama perusahaan mengurangi laba bersih yang dilaporkan.

5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*), banyak motivasi yang timbul berkaitan dengan CEO, seperti CEO yang mendekati masa pensiun akan meningkatkan bonusnya, CEO yang kurang berhasil memperbaiki kinerjanya untuk menghindari pemecatannya, CEO baru untuk menunjukkan kesalahan dari CEO sebelumnya.
6. Penawaran saham perdana (IPO), manajer perusahaan yang going public melakukan earning management untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya dengan harapan mendapatkan respon pasar yang positif terhadap peramalan laba sebagai sinyal dari nilai perusahaan.
7. Motivasi pasar modal, misalnya untuk mengungkapkan informasi privat yang dimiliki perusahaan kepada investor dan kreditor

.

2.1.4 Pola *Earning Management* Yang Sering Dilakukan Manager

Menurut Scott (383:2003) berbagai pola yang sering dilakukan manajer dalam *earning management* adalah:

1. *Taking a bath*

Taking a bath pada periode stress atau reorganisasi termasuk pengangkatan CEO baru. Bila perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer dipaksa untuk melaporkan laba yang tinggi, konsekuensinya manajer akan menghapus aktiva dengan harapan laba yang akan datang dapat meningkat.

Bentuk ini mengakui adanya biaya pada periode yang akan datang sebagai kerugian pada periode berjalan, ketika kondisi buruk yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari pada periode tersebut. Untuk itu manajemen harus menghapus beberapa aktiva dan membebankan perkiraan biaya yang akan datang pada saat ini serta melakukan clear the desk, sehingga laba yang dilaporkan di periode yang akan datang meningkat.

2. *Income minimization*

Bentuk ini mirip dengan ”taking a bath”, tetapi lebih sedikit ekstrim, yakni dilakukan sebagai alasan politis pada periode laba yang tinggi dengan mempercepat penghapusan aktiva tetap dan aktiva tak berwujud dan mengakui pengeluaran-pengeluaran sebagai biaya. Pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapat perhatian secara politis, kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aktiva tak berwujud, biaya iklan dan pengeluaran untuk penelitiandan pengembangan, hasil akuntansi untuk biaya eksplorasi.

3. *Income maximization*

Tindakan ini bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Perencanaan bonus yang didasarkan pada data akuntansi mendorong manajer untuk memanipulasi data akuntansi tersebut guna menaikkan laba untuk meningkatkan pembayaran bonus tahunan. Jadi tindakan ini dilakukan pada saat laba menurun. Perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang mungkin akan memaksimalkan pendapatan .

4. *Income Smoothing.*

Bentuk ini mungkin yang paling menarik. Hal ini dilakukan dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan pelaporan eksternal, terutama bagi investor karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil. Teknik untuk merekayasa laba dapat dikelompokkan menjadi tiga kelompok (Setiawati dan Na’im, 2000). Pertama yaitu memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi, antara lain: estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi. Kedua yaitu mengubah metode akuntansi. Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh: mengubah metode depresiasi aktiva tetap yaitu dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus. Ketiga yaitu menggeser periode. Biaya atau pendapatan, misalnya: mempercepat atau menunda pengeluaran untuk

penelitian dan pengembangan sampai periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengeluaran promosi sampai periode akuntansi berikutnya, mempercepat atau menunda pengiriman produk ke pelanggan, menjual investasi sekuritas untuk memanipulasi tingkat laba, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tidak dipakai.

2.1.5 Teori Keagenan

Jensen dan Meckling (1976) mendefinisikan hubungan keagenan adalah suatu kontrak ketika satu orang atau lebih (*principal*) melibatkan orang lain (*agent*) untuk melakukan pekerjaan atas nama mereka dan mendelegasikan kewenangan pengambilan putusan kepada agen. *Principal* adalah pemegang saham yang menyediakan fasilitas dan dana untuk menjalankan operasional perusahaan, sedangkan agen adalah pengelola perusahaan yang mempunyai kewajiban untuk mengelola hal yang telah diamanahkan pemegang saham kepadanya. *Principal* akan memperoleh hasil berupa pembagian deviden, sedangkan agen memperoleh gaji, bonus, dan berbagai macam kompensasi lainnya.

Agen dan principal diikat kontrak yang menyatakan hak dan kewajiban masing-masing. Pada saat pemegang saham menunjuk manager atau agent sebagai pengelola perusahaan, pada saat itulah hubungan keagenan muncul antara pemegang saham dan manajer.

Tujuan perusahaan adalah untuk meningkatkan kemakmuran pemilik (pemegang saham) dengan cara memaksimalkan nilai perusahaan yang dapat diukur dari harga saham perusahaan yang bersangkutan. Akan tetapi selain tujuan ini, seorang manajer mungkin memiliki tujuan lain yang bertentangan dengan maksimalisasi kekayaan pemegang saham, yakni justru mengurusi atau berkutat pada kesejahteraan pribadinya. Hal ini akan menciptakan suatu konflik kepentingan yang potensial terjadi, dan konsep ini yang kemudian disebut sebagai *agency theory*.

Teori keagenan pada dasarnya membahas suatu bentuk kesepakatan antara pemilik modal dan manajer untuk mengolah suatu perusahaan, seorang manajer mengemban tanggung jawab atas keberhasilan operasional perusahaan yang dikelolanya, dan jika manajer gagal melaksanakan kewajibannya, jabatan dan segala fasilitas yang diperolehnya menjadi taruhannya. Kondisi inilah yang mendorong manajer melakukan manajemen laba (yang bersifat negatif) untuk melindungi dirinya, yang seringkali perbuatan ini merugikan perusahaan (Luayyi, tanpa tahun).

Dalam praktik, manajer yang bertugas mengelola perusahaan lebih mengetahui banyak informasi mengenai keadaan internal perusahaan dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan dengan pemilik modal atau pemegang saham. Dengan demikian, manajer berkewajiban memberikan informasi mengenai keadaan perusahaan kepada pemilik. Namun, terkadang informasi yang disampaikan oleh manajer tidak sesuai dengan keadaan perusahaan yang sebenarnya. Kondisi demikian dikenal dengan istilah asimetri informasi (Wibisono, 2004 dalam Luayyi, tanpa tahun).

2.1.6 *Corporate Life Cycle* (Siklus Hidup Perusahaan)

Semua kehidupan, apapun itu mengikuti hukum alam yang berupa *life cycle* atau daur hidup. Siklus kehidupan perusahaan (*corporate life cycle*) adalah perkembangan perusahaan melalui tahapan-tahapan yang diperkirakan. Penelitian ini mengklasifikasikan *life cycle* perusahaan ke dalam tiga tahap, yaitu *growth*, *mature*, dan *stagnant.* Pengklasifikasian ke dalam tiga tahap berdasarkan penelitian Anthony dan Ramesh (1992). Ada empat variabel klasifikasi: (1) pembayaran dividen per tahun sebagai persentase dari laba (DP), (2) persentase pertumbuhan penjualan (SG), dan (4) umur perusahaan (AGE). Ekspektasi keempat variabel tersebut adalah sebagai berikut (Anthony dan Ramesh, 1992):

Table 2.1 Variabel Klasifikasi *Life Cycle*

TAHAP *LIFE CYCLE*	VARIABEL KLASIFIKASI *LIFE CYCLE*		
	DP	***SG***	***AGE***
GROWTH	*LOW*	*HIGH*	*YOUNG*
MATURE	*MEDIUM*	*MEDIUM*	*ADULT*
STAGNANT	*HIGH*	*LOW*	*OLD*

Sumber: Anthony dan Ramesh,1992

Perusahaan yang berada pada tahap *growth* secara umum menunjukkan pertumbuhan penjualan yang lebih tinggi dibandingkan pada tahap-tahap yang lainnya. Perusahaan yang *growth* memiliki jumlah investasi yang lebih besar dan dividen yang dibayarkan masih rendah. Biasanya perusahaan yang berada pada tahap *growth* umurnya masih relatif muda.

Perusahaan yang berada pada tahap *mature* secara umum menunjukkan pembayaran dividen, pertumbuhan penjualan, dan jumlah investasi pada tingkat medium. Perusahaan yang berada pada tahap *mature* umurnya berada di tengah di antara umur perusahaan yang berada pada tahap *growth* dan *stagnant.* Jadi, keempat variabel untuk pengelompokan ke dalam tahap ini berada di tengah di antara perusahaan yang *growth* dan perusahaan yang *stagnant.*

Perusahaan yang berada pada tahap *stagnant* secara umum menunjukkan pembayaran dividen yang cukup tinggi sedangkan pertumbuhan penjualannya dan jumlah investasinya lebih rendah dibandingkan perusahaan yang berada pada tahap *growth* dan *mature.* Perusahaan yang berada pada tahap *stagnant* umurnya relatif lebih tua dibandingkan perusahaan yang *growth* dan perusahaan yang *mature*.

2.1.7 Ukuran Perusahaan

Menurut Suwito dan Herawaty (2005), " ukuran perusahaan merupakan pengelompokan perusahaan yang terdiri dari perusahaan besar, perusahaan sedang, dan perusahaan kecil."

Sedangkan menurut Yusuf dan Soraya (2004) " ukuran perusahaan adalah ukuran atau besarnya asset yang dimiliki oleh perusahaan yang ditunjukkan oleh natural logaritma dari total aktiva."

2.2 Penelitian Terdahulu

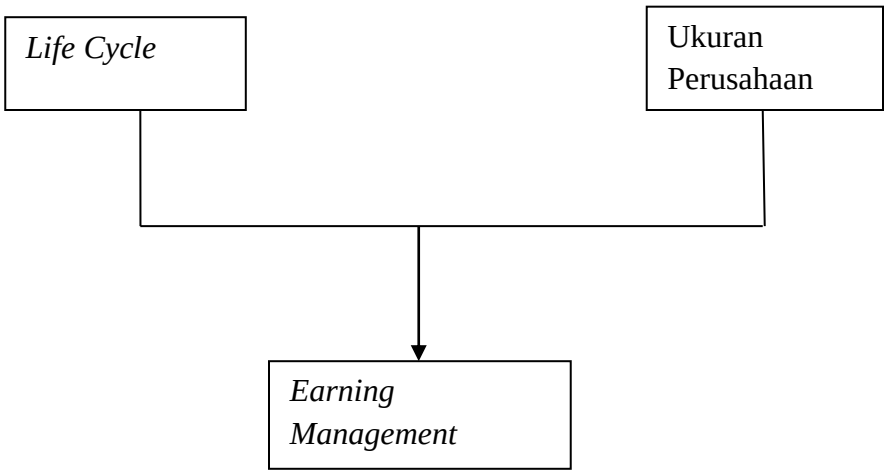
Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan yang dapat digunakan sebagai acuan yaitu:

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang diteliti	Metode analisis data	Hasil penelitian
1	2009	RR. Sri Handayani dan Agustono Dwi Rachadi	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	Analisa parametrik multivariate probit analysis	Perusahaan sedang dan besar tidak terbukti lebih agresif dalam melakukan manajemen laba, melalui mekanisame pelaporan laba positif.
2	2010	Sri Hastuti dan Ponty Sya'banto Putra Hutama	Perbedaan Perilaku Earning management Berdasarkan pada perbedaan Life Cycle dan Ukuran Perusahaan	Earning Management, Life Cycle dan Ukuran Perusahaan	Analisis Deskriptif dan Uji Asumsi Klasik	terdapat earnings management dalam perusahaan-perusahaan yang berada pada tahap *growth*, *mature*, dan *stagnant*. Namun, tidak ada perbedaan perilaku *earnings management* berdasarkan pada perbedaan *life cycle* perusahaan dan ukuran perusahaan
3	2011	Si Hastuti	Titik Kritis Manajemen Laba Pada Perubahan Tahap *Life Cycle*	Manajemen Laba Riil, Manajemen Laba Akrual,	Analisis Statistik Deskriptif, Uji Autokorelasi, uji	Penelitian ini menunjukkan bahwa perusahaan-perusahaan yang

			Perusahaan: Analisis Manajemen Laba Riil dibandingkan dengan Manajemen Laba Akrual	*Life Cycle*	Normalitas	berada pada titik kritis *growth-mature* dan *mature-stagnant* memilih *discretionary accrual* yang menaikkan laba. Selain itu, perusahaan-perusahaan yang berada pada titik kritis *growth-mature* dan *mature-stagnant* lebih cenderung melakukan manajemen laba riil dibandingkan manajemen laba akrual.
4	2012	Anggi Ratna Anggraini	Pengaruh Siklus Hidup Dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba studi empiris pada Perusahaan Manufaktur Yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2009-2011)	Siklus Hidup, Ukuran Perusahaan, Manajemen Laba	analisis *multiple regression*, Uji Asumsi Klasik, Uji F, Uji T	hasil penelitian menunjukkan bahwa siklus hidup perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
5	2015	MI Mitha Dwi Restuti dan Luluk Widyaningrum	Perbedaan *Earning Management* Berdasarkan Pada Tahapan *Life Cycle* Perusahaan Yang Terdaftar Di BEI	*Earning Management, Life Cycle*	Uji Statistik Deskriptif, Uji F, Uji T, Uji Normalitas, Uji Autokorelasi	Hasil penelitian ini tidak dapat membuktikan bahwa perilaku *earnings management* yang semakin rendah seiring dengan perubahan *life cycle* perusahaan

2.3 MODEL TEORI



Keterangan:

1. *Life Cycle*

   Life Cycle adalah sebagai suatu cara yang mudah untuk memepelajari dan memahami tahap siklus hidup khas yang banyak dialami perusahaan. Perusahaan yang berada pada tahap *introduction* dan *growth* menerapkan sistem pengendalian yang tidak ketat,tetapi bila sudah mencapai pada fase kematangan atau *harvest* (dalam hal ini dikategorikan ke dalam tahap *mature*) dan penurunan maka akan menerapkan system pengendalian yang ketat. Semakin ketat sistem pengendalian, diharapkan manajemen laba yang dilakukan semakin rendah.

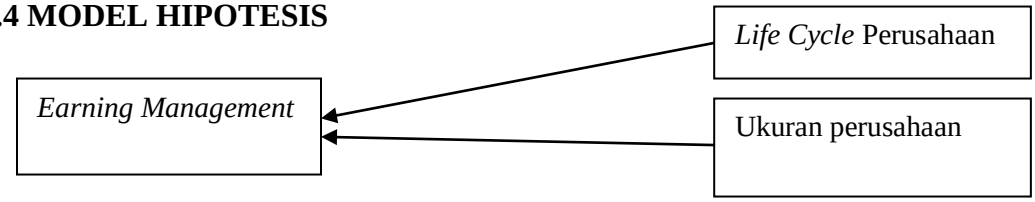
2. Ukuran Perusahaan

   Ukuran Perusahaan adalah proksi volatilitas operasional dan *inventory cntrolability* yang seharusnya dalam skala ekonomis besarnya perusahaan menunjukkan pencapaian operasi lancer dan pengendalian persediaan (Mukhlasin 2002),Menurut Yan (2006), ukuran perusahaan (ditunjukkan oleh aktiva dan penjualan) semakin meningkat seiring dengan perkembangan perusahaan melalui masing-masing tahap siklus hidup perusahaan. Manajemen laba lebih besar dilakukan oleh perusahaan yang kecil dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran medium atau besar (Kim, *et al.*, 2003).

3. *Earning Management*

Earning management adalah intervensi manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat meratakan, menaikan, dan menurunkan pelaporan laba, di mana manajemen dapat menggunakan kelonggaran penggunaan metoda akuntansi, membuat kebijakan- kebijakan, Menurut Scott (1997). *Earning management* dan *life cycle* perusahaan dapat dihubungkan dengan ukuran suatu perusahaan. Manajamen laba lebih banyak dilakukan pada perusahaan kecil dibandingkan perusahaan yang berukuran medium atau besar (Kim, *et al.*, 2003). Ukuran perusahaan semakin besar seiring dengan perkembangan perusahaan melalui setiap tahap siklus hidup perusahaan (Yan, 2006).

2.4 MODEL HIPOTESIS



Gambar 2.1 model hipotesis

Dengan adanya ukuran dan *Life cycle* perusahaan, tingkat untuk melakukan *earning management* akan berpengaruh karena semakin besarnya perusahaan, tingkat untuk melakukan *earning management* semakin jarang,sedangkan perusahaan yang masih kecil dapat melakukan *earning management*. Berdasarkan penjelasan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian yang diajukan sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

H0: Terdapat perbedaan perilaku *earning management* berdasarkan pada *life cycle* (*growth,mature* dan *stagnant*) perusahaan manufaktur

Ha: Terdapat perbedaan perilaku *earning management* ukuran perusahaan (kecil,sedang,besar)