

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Teori Keagenan

Dalam teori keagenan, hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut (Jensen dan Meckling, 1976 dalam Ujiyantho dan Pramuka, 2007). Teori agensi mengasumsikan bahwa semua individu bertindak untuk kepentingan masing-masing. Agen diasumsikan akan menerima kepuasan tidak hanya dari kompensasi keuangan melainkan juga dari tambahan yang terlihat dari hubungan suatu agensi, seperti waktu luang lebih, kondisi kerja yang nyaman, dan sebagainya. Sedangkan prinsipal diasumsikan hanya tertarik pada pengembalian keuangan atas investasi mereka pada perusahaan. Hubungan keagenan antara pemilik dan pengelola perusahaan seharusnya saling menguntungkan (*simbiosis mutualisme*). Namun, karena kepentingan yang berbeda antar pihak, hubungan tersebut bisa menimbulkan permasalahan antara pemilik dan pengelola.

Para manajer biasanya juga mementingkan kepentingan pribadi yang berimbas pada manipulasi dalam laporan keuangan sehingga menyesatkan pengguna laporan keuangan tersebut. Aprina dan Khairunnisa (2015) menyebutkan bahwa “.. dalam perkembangan permasalahan agensi juga menjadi permasalahan antara pengelola dengan pihak lain yang mempunyai hubungan dengan perusahaan, yaitu calon investor, kreditur, *supplier* dan *stakeholder* lainnya”.

Menurut Yatulhusna (2015), *Agency Theory* mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer (*agent*) dan pemilik (*principal*). Asimetri informasi ini terjadi ketika manajer memiliki lebih banyak informasi tentang perusahaan dibandingkan dengan prinsipal. Jensen dan Meckling (1976)

dalam Yatulhusna (2015), mengemukakan bahwa jika *agent* dan *principal* merupakan dua kelompok yang berupaya memaksimalkan utilitasnya, maka ada alasan yang kuat bahwa *agent* tidak selalu bertindak sesuai keinginan *principal*. Sehingga pada akhirnya akan memunculkan *principal agent problem* di mana *agent* melakukan tindakan yang menguntungkan dirinya dan merugikan *principal*. Prinsipal dapat membatasinya dengan menetapkan insentif yang tepat bagi agen dan melakukan *monitoring* yang didesain agar membatasi agen melakukan tindakan yang menyimpang.

Teori keagenan dibangun sebagai upaya untuk memahami dan memecahkan masalah yang muncul ketika ada ketidaklengkapan informasi pada saat melakukan kontrak (Elfira, 2014). Kontrak yang dimaksud di sini adalah hubungan antara prinsipal (pemegang saham, pemilik perusahaan) dan agen (manajemen).

2.2 Manajemen Laba

Manajemen laba dapat diartikan sebagai intervensi manajemen secara sengaja dalam proses penentuan laba dan biasanya untuk memenuhi tujuan pribadi (Subramanyam dan Wild, 2010:131). Manajemen laba adalah tindakan-tindakan manajer untuk menaikkan atau menurunkan laba perusahaan pada tahun berjalan tanpa mengakibatkan kenaikan atau penurunan pada keuntungan ekonomi perusahaan dalam jangka panjang. Manajemen laba ini erat kaitannya dengan *agency theory*, di mana terdapat upaya manajer untuk tidak menampilkan laba sesuai keadaan yang sebenarnya demi kepentingan manajer itu sendiri. Laba yang termanipulasi menyesatkan pengguna laporan keuangan dalam menganalisis kinerja perusahaan.

Perilaku manajemen laba juga dapat dijelaskan melalui *positive accounting theory* (PAT). Watts dan Zimmerman (1986) dalam Sosiawan (2012) merumuskan tiga hipotesis PAT yang dapat dijadikan dasar motivasi

tindakan manajemen laba. Pertama, *The Bonus Plan Hypothesis*. Pada perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, manajer perusahaan akan lebih memilih metode akuntansi yang dapat menggeser laba dari masa depan ke masa kini sehingga dapat menaikkan laba saat ini. Hal ini dikarenakan manajer lebih menyukai pemberian upah yang lebih tinggi untuk masa kini.

Kinerja manajemen diukur salah satunya melalui laba yang dihasilkan. Pengukuran kinerja berdasarkan laba yang dihasilkan dan skema bonus, memotivasi manajer untuk memberikan performa terbaiknya sehingga tidak menutup kemungkinan manajer melakukan manajemen laba. Saat kinerja pada tahun berjalan tidak mencapai target yang disyaratkan untuk memperoleh bonus, maka manajer akan mengolah angka yang terdapat di laporan keuangan sedemikian rupa sehingga mencapai target laba dan memperoleh bonus.

Kedua, *The Debt to Equity Hypothesis (Debt Covenant Hypothesis)*. Pada perusahaan yang mempunyai rasio *debt to equity* tinggi, manajer perusahaan cenderung menggunakan metode akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan atau laba. Perusahaan dengan rasio *debt to equity* yang tinggi akan mengalami kesulitan dalam memperoleh dana tambahan dari pihak kreditor bahkan perusahaan terancam melanggar perjanjian utang. Manajer akan berusaha agar kinerja yang ditampilkan dalam laporan keuangan mereka terlihat baik, sehingga kreditor mau memberikan pinjaman dana pada perusahaan. Selain itu, hal tersebut juga berlaku untuk menjaga perjanjian utang, yang mana jika perusahaan tidak dapat menjaga rasio keuangannya pada batas tertentu, maka perjanjian utang akan dibatalkan (Yatulhusna, 2015).

Ketiga, *The Political Cost Hypothesis (Size Hypothesis)*. Pada perusahaan besar yang memiliki biaya politik tinggi, manajer akan lebih memilih metode akuntansi yang menangguhkan laba yang dilaporkan dari periode sekarang ke periode masa mendatang sehingga dapat memperkecil

laba yang dilaporkan. Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen. Tindakan manajemen laba tidak hanya terjadi pada perusahaan *go public* untuk menjaga harga sahamnya, tapi juga untuk kepentingan perpajakan. Kepentingan ini lebih didominasi oleh perusahaan yang belum *go public*. Perusahaan yang belum *go public* cenderung menginginkan laba fiskal yang lebih kecil dari nilai sebenarnya dan ini memicu kreativitas manajer agar seolah-olah laba fiskal yang dihasilkan rendah tanpa melanggar ketentuan perpajakan.

Teknik manajemen laba menurut Ferdiansyah (2014) ada 3. Pertama, memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi, misal estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, dan lain-lain. Kedua, mengubah metode akuntansi, misalnya mengubah metode persediaan dari *FIFO (First in First out)* ke *Average*. Ketiga, menggeser periode biaya atau pendapatan, misalnya menunda biaya untuk penelitian dan pengembangan hingga periode berikutnya agar laba tahun berjalan lebih besar dan sebagainya.

Pola manajemen laba menurut Scott (2006) dalam Ferdiansyah (2014) terbagi menjadi empat. (1.) *Taking a bath*, yaitu pola manajemen laba yang menjadikan laba tahun berjalan perusahaan menjadi ekstrem sangat rendah (bahkan rugi) dibanding periode sebelumnya atau sesudahnya. *Taking a bath* terjadi selama periode adanya tekanan dalam organisasi atau pada saat terjadi reorganisasi, seperti pergantian CEO baru. (2.) *Income minimization*, yaitu pola manajemen laba yang menjadikan laba di tahun berjalan menjadi lebih rendah dibanding laba yang sesungguhnya. Hal ini biasanya terjadi ketika laba perusahaan di suatu periode sangat tinggi, sehingga diturunkan agar tidak mendapat perhatian secara politis. (3.) *Income maximization*, yaitu pola manajemen laba yang menjadikan laba pada tahun berjalan menjadi lebih tinggi dibandingkan yang sesungguhnya. *Income maximization* dilakukan dengan cara mempercepat pencatatan pendapatan,

menunda biaya dan memindahkan biaya ke periode lain. (4.) *Income smoothing*, yaitu salah satu pola manajemen laba dengan cara meratakan laba dari waktu ke waktu agar terlihat konsisten. Dalam hal ini pihak manajemen sengaja menaikkan atau menurunkan laba untuk mengurangi gejolak pelaporan laba, sehingga perusahaan terlihat stabil dan tidak beresiko tinggi.

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan suatu ukuran yang digunakan investor untuk menilai kinerja keuangan perusahaan guna pengambilan keputusan investasi. Profitabilitas mengukur seberapa besar perolehan laba yang dihasilkan perusahaan, semakin besar tingkat profitabilitas semakin baik, dan sebaliknya. Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal perusahaan (Sartono, 2010).

Rasio profitabilitas merupakan salah satu alat ukur untuk menilai atau mengukur tingkat efektivitas kinerja manajemen dalam mengelola sumber daya perusahaan. Tujuan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2011) adalah untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu, untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu, untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, untuk mengukur produktivitas seluruh dana yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri. Pada penelitian ini rasio *ROA (Return on Assets)* digunakan untuk mengukur profitabilitas.

2.4 Kompensasi Bonus

Menurut Ita (2017), kompensasi bonus adalah semua penghargaan yang diterima pihak manajer maupun karyawan baik dalam bentuk uang atau

apapun secara langsung ataupun tidak langsung sebagai imbalan atas jasa yang diberikan pada perusahaan. Dengan adanya kompensasi diharapkan para manajer dan karyawan lebih termotivasi dalam mencapai tujuan perusahaan. Agen diasumsikan akan puas dengan kompensasi keuangan yang diberikan perusahaan dan sebaliknya, *principal* (pemilik, pemegang saham) diasumsikan tertarik pada imbal hasil keuangan atas investasi mereka di perusahaan (Govindarajan & Robert, 2005).

Tujuan kompensasi bonus menurut Elfira (2014):

1. Ikatan Kerja Sama
2. Kepuasan Kerja
3. Pengadaan Efektif (“jika program kompensasi yang diadakan cukup besar, pengadaan karyawan yang qualified untuk perusahaan akan lebih mudah”)

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kompensasi menurut Elfira (2014):

1. Penawaran atau permintaan tenaga kerja
Jika pencari kerja (penawaran) lebih banyak dari lowongan pekerjaan (permintaan), maka kompensasi relatif kecil, dan sebaliknya.
2. Kemampuan dan kesediaan perusahaan (hal ini berkaitan dengan kemampuan keuangan perusahaan dalam membayarkan kompensasi).
3. Serikat buruh atau organisasi karyawan (apabila serikat buruh kuat dan berpengaruh, maka tingkat kompensasi akan semakin besar).
4. Produktivitas kerja karyawan (jika produktivitas kerja karyawan baik dan banyak maka tingkat kompensasi akan semakin besar).
5. Pemerintah dengan Undang-Undang (peraturan pemerintah menetapkan besarnya batas upah atau balas jasa minimum, sehingga perusahaan tidak bisa sewenang-wenang menetapkan kompensasi bagi pekerja).

Perusahaan dalam memberikan kompensasi bonus kepada karyawan akan melakukan penghitungan kinerja karyawan terhadap perusahaan. Dasar penentuan kompensasi bonus di antaranya adalah harga saham, kinerja berbasis (laba, pendapatan, biaya atau investasi) serta *balanced scorecard*. Bila dihubungkan dengan teori agensi maka para manajer disumsikan ingin memperoleh bonus sehingga berpeluang melakukan manajemen laba supaya laba terlihat lebih besar sehingga pemilik akan puas dengan laba yang dicapai dan para manajer mendapatkan bonus.

2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan menurut Hastria, Rasuli dan Nurazlina (2014) dalam Aprina dan Khairunnisa (2015) terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil. Ukuran perusahaan juga mempengaruhi suatu perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Perusahaan kecil cenderung melakukan manajemen laba. Hal ini terjadi karena perusahaan kecil ingin labanya selalu terlihat baik sehingga akhirnya akan mendorong investor agar menginvestasikan modal di perusahaannya.

Perusahaan besar memiliki sistem operasional, *internal control*, mekanisme *corporate governance* yang lebih rumit dibandingkan dengan perusahaan kecil serta cenderung lebih mendapat perhatian dari masyarakat maupun pemerintah, sehingga perusahaan besar akan lebih hati dalam melakukan pelaporan keuangan. Meskipun demikian perusahaan besar tetap memiliki peluang melakukan manajemen laba, terbukti dengan kasus Tesco yang dijelaskan pada bagian latar belakang masalah.

2.6 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian terdahulu yang terangkum di tabel di bawah ini merupakan penelitian yang berkaitan satu sama lain karena sebagian besar memiliki variabel yang sama dengan topik yang dibahas dalam penelitian ini walaupun dengan objek penelitian dan metode analisis data yang berbeda. Penelitian-penelitian terdahulu banyak yang menggunakan objek berupa perusahaan manufaktur (masih sedikit sekali penelitian yang berobjek perusahaan *retail* dan yang sudah ada juga kurang relevan dengan topik yang dibahas di sini). Tentu saja hal ini akan membuat kesimpulan penelitian yang berbeda-beda pula.

Tabel 2.1
Penelitian-Penelitian Terdahulu
(dari tahun terbaru)

Peneliti	Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Sampel	Metode Analisis	Kesimpulan
Rahmi (2017)	Pengaruh Profitabilitas, Liabilitas dan Leverage terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur, Utilitas dan Transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015	Menguji pengaruh liabilitas, profitabilitas dan leverage terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur, utilitas dan transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015	Variabel independen: profitabilitas, liabilitas, leverage. Variabel dependen: Manajemen Laba.	Perusahaan Manufaktur, Utilitas dan Transportasi yang terdaftar di BEI tahun 2013-2015	Regresi linear berganda	Profitabilitas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Likuiditas tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Leverage tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
Fatmasari (2016)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage terhadap	Menguji pengaruh profitabilitas dan	Variabel Independen: Profitabilitas, Leverage.	Semua perusahaan manufaktur yang terdaftar	Regresi linier berganda	Profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

	Manajemen Laba	leverage terhadap manajemen laba	Variabel Dependen : manajemen laba	di BEI tahun 2012-2014		Leverage berpengaruh terhadap manajemen laba.
Medyawati dan Dayanti (2016)	Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba: Analisis Data Panel	Menganalisis pengaruh asimetri informasi, ukuran perusahaan, earning power terhadap manajemen laba	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Asimetri Informasi, Earning Power. Variabel Dependen : Manajemen Laba.	Perusahaan sektor Properti dan Real Estate yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 (sesuai kriteria dalam purposive sampling).	Analisis regresi data panel.	Dari tiga variabel independennya ukuran perusahaan yang berpengaruh terhadap manajemen laba.
Aprina dan Khairunnisa (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Kompensasi Bonus terhadap Manajemen Laba.	Menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas dan kompensasi bonus terhadap manajemen laba.	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Kompensasi Bonus. Variabel Dependen : Manajemen Laba.	Perusahaan retail yang terdaftar di BEI tahun 2012-2014 sesuai dengan kriteria pada purposive sampling penelitian.	Analisis regresi data panel dengan tingkat signifikansi 5%.	Ukuran perusahaan memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Kompensasi bonus tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan, profitabilitas dan kompensasi bonus secara simultan memiliki pengaruh

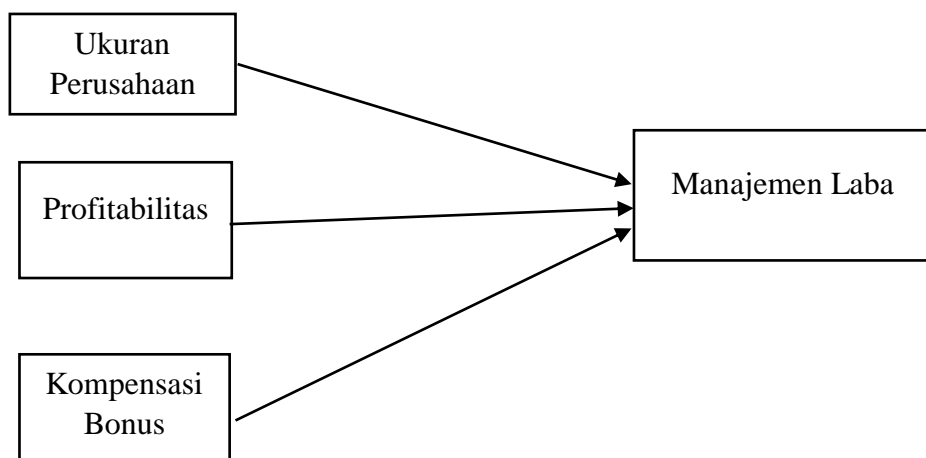
						signifikan terhadap manajemen laba.
Nugroho dan Darsono (2015)	Pengaruh Kompensasi, Kepemilikan Manajerial, Diversifikasi Perusahaan dan Ukuran KAP terhadap Manajemen Laba	Menguji pengaruh kompensasi, kepemilikan manajerial, diversifikasi perusahaan dan ukuran KAP terhadap manajemen laba	Variabel Independen: Kompensasi, Kepemilikan Manajerial, Diversifikasi Perusahaan, Ukuran KAP. Variabel Dependen: Manajemen Laba	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013 sesuai kriteria pada purposive sampling	Regresi linear berganda	Kepemilikan manajerial dan diversifikasi perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Kompensasi dan ukuran KAP tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
Gunawan, Darmawan dan Purnawati (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan Leverage terhadap Manajemen Laba	Menguji pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage terhadap manajemen laba	Variabel Independen: Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage. Variabel Independen: Manajemen Laba	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2009-2013 sesuai dengan kriteria pada purposive sampling.	Regresi linier berganda	Ukuran perusahaan, profitabilitas, leverage tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
Yatulhusna (2015)	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Umur dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	Menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, umur dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.	Variabel Independen: Profitabilitas, Leverage, Umur Perusahaan, Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen: Manajemen Laba.	Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2010-2013 sesuai kriteria pada purposive sampling.	Regresi linear berganda	Profitabilitas, leverage dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Ferdiansyah (2014)	Pengaruh Kualitas Audit, Kompensasi Bonus, Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba	Menguji pengaruh kualitas audit, kompensasi bonus, struktur kepemilikan dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba	Variabel Independen: Kualitas Audit, Kompensasi Bonus, Struktur Kepemilikan, Ukuran Perusahaan. Variabel Dependen: Manajemen Laba.	Semua perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2011-2013.	Regresi berganda	Kualitas Audit, struktur kepemilikan, ukuran perusahaan punya pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Kompensasi bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.
Sosiawan (2012)	Pengaruh Kompensasi, Leverage, Ukuran Perusahaan dan Earning Power terhadap Manajemen Laba	Menguji pengaruh kompensasi, leverage, ukuran perusahaan, earning power terhadap manajemen laba	Variabel Independen: Kompensasi, Leverage, Ukuran Perusahaan, Earning Power. Variabel Dependen: Manajemen Laba.	Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di BEI tahun 2008-2010, sesuai kriteria pada purposive sampling.	Regresi linear berganda	Earning power dan leverage memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba. Kompensasi dan ukuran Perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.
Guna dan Herawaty (2010)	Pengaruh Good Corporate Governance, Independensi Auditor, Kualitas Audit, Faktor Lainnya terhadap Manajemen Laba	Menguji pengaruh good corporate governance, independensi auditor, kualitas audit dan faktor lainnya (leverage, profitabilitas, ukuran perusahaan) terhadap manajemen laba.	Variabel Independen: Good Corporate Governance, Independensi auditor, Kualitas Audit, Leverage, Profitabilitas, Ukuran Perusahaan. Variabel	Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI tahun 2006-2008 dan telah memenuhi kriteria dalam purposive sampling penelitian.	Regresi Berganda	Leverage, kualitas audit, dan profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba. Good Corporate Governance tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

			Dependen : Manajeme n Laba.			
--	--	--	--------------------------------------	--	--	--

2.7 Model Konseptual Penelitian

Gambar 2.1
Model Konseptual Penelitian



2.8 Pengembangan Hipotesis

2.8.1 Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Menurut Sosiawan (2012), Aprina dan Khairunnisa (2015) serta Guna dan Herawaty (2010), ukuran perusahaan dinyatakan sebagai skala perusahaan dan diukur dengan total aktiva (aset) perusahaan. Jadi dapat diartikan bahwa semakin besar aset yang dimiliki perusahaan semakin besar ukuran perusahaan. Pengertian aset menurut Martani *et al.*(2016: 140) adalah sumber daya yang dikuasai oleh entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu dan dari mana manfaat ekonomi di masa depan diharapkan akan diperoleh entitas. Baik perusahaan besar maupun perusahaan kecil sama-sama berpeluang dalam melakukan

manajemen laba. Perusahaan besar akan berusaha menghindari fluktuasi laba di tiap tahunnya karena hal itu akan menarik perhatian media dan pemerintah, sehingga perusahaan besar akan berusaha menampilkan laba yang stabil di tiap tahunnya. Sementara itu, perusahaan kecil lebih cenderung memperlihatkan laba yang tinggi untuk menarik perhatian investor agar mau menanam modal di perusahaan tersebut.

Penelitian yang dilakukan oleh Apriani dan Khairunnisa (2015), serta Ferdiansyah (2014) menyatakan bahwa Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil penelitian oleh Ningsaptiti (2010) juga menunjukkan hasil yang serupa.

Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

2.8.2 Profitabilitas terhadap Manajemen Laba

Profitabilitas menggambarkan kinerja yang dihasilkan dari suatu perusahaan pada periode waktu tertentu. Salah satu rasio analisis yang digunakan untuk menilai profitabilitas adalah *ROA (Return on Assets)*. *ROA* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki. Dengan makin tingginya tingkat profitabilitas yang didapat maka investor akan semakin puas terhadap kinerja perusahaan.

Berdasarkan Arthur, John, William dan David (2008), salah satu tujuan perusahaan adalah berusaha memaksimalkan laba. Pemaksimalan laba berkaitan dengan penggunaan aset secara efisien dan efektif untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal. Guna dan Herawaty (2010) menyatakan bahwa laba yang dihasilkan perusahaan selama tahun berjalan dapat menjadi indikator praktik manajemen laba. Agar saham perusahaannya diminati investor, perusahaan akan berusaha menampilkan tingkat profitabilitas yang terbaik. Sehingga hal ini bisa memicu terjadinya manajemen laba.

Penelitian oleh Aprina dan Khairunnisa (2015) serta Yatulhusna (2015) menyebutkan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hasil yang sama juga diperoleh dari penelitian Wibisana dan Ratnaningsih (2014). Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H2: Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

2.8.3 Kompensasi Bonus terhadap Manajemen Laba

Menurut Govindarajan dan Anthony (2005), teori agensi adalah hubungan atau kontrak antara prinsipal dan agen. Teori agensi menjelaskan bahwa ketika pemilik (prinsipal) tidak dapat memonitor dengan baik aktivitas agen (manajemen), maka secara potensial manajemen dapat menentukan kebijakan yang mengarah pada kenaikan level kompensasinya. Penilaian terhadap kinerja manajemen salah satunya adalah dengan menggunakan patokan dari laba yang diperoleh. Kinerja yang baik dari para manajemen ini akan diapresiasi dengan pemberian bonus (kompensasi bonus).

Kompensasi bonus adalah sesuatu yang diterima karyawan atas kontribusi jasanya terhadap perusahaan. Menurut Ita (2017), kompensasi bonus diduga mampu mempengaruhi praktik manajemen laba. Hal ini sejalan dengan pernyataan Palestin (2009), bahwa ketika perusahaan memberikan kompensasi untuk setiap kenaikan target yang berpengaruh terhadap laba, manajer akan berpeluang besar untuk melakukan manajemen laba demi kepentingannya secara pribadi.

Teori tersebut didukung oleh hasil penelitian oleh Elfira (2014) serta Yanti dan Suryawathy (2015) yang hasil penelitiannya adalah kompensasi bonus berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Tapi, ada pula penelitian-penelitian terdahulu yang hasilnya menunjukkan bahwa kompensasi bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Penelitian yang dilakukan oleh Aprina dan Khairunnisa (2015), Nugroho dan Darsono (2015) serta Ferdiansyah

(2014) menunjukkan hasil bahwa kompensasi bonus tidak berpengaruh signifikan pada manajemen laba. Ita (2017) menyebutkan bahwa kompensasi bonus tidak selalu menjadi motivator manajer dalam melakukan manajemen laba.

Dengan demikian dirumuskan hipotesis:

H3: Kompensasi Bonus tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.