

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Agency Theory

Teori keagenan menyatakan bahwa perusahaan yang memisahkan fungsi pengelolaan dan kepemilikan akan rentan terhadap konflik keagenan (Jensen and Mackling, 1976) dalam (mujihartopanga.blogspot.com). Pada model keagenan dirancang sebuah sistem yang melibatkan kedua belah pihak yaitu manajemen dan pemilik. Selanjutnya, manajemen dan pemilik melakukan kesepakatan (kontrak) kerja untuk mencapai manfaat (utilitas) yang diharapkan. Lambert (2001) menyatakan bahwa dalam kesepakatan tersebut diharapkan dapat memaksimalkan utilitas pemilik (principal), dan dapat memuaskan serta menjamin manajemen (agent) untuk menerima reward. Manfaat yang diterima oleh kedua belah pihak didasarkan pada kinerja perusahaan. Pada umumnya, kinerja perusahaan diukur dari profitabilitas (Penman, 2003) dalam (mujihartopanga.blogspot.com). Besarnya profitabilitas, selanjutnya diinformasikan oleh manajemen kepada pihak pemilik melalui penyajian laporan keuangan.

2.1.2 Laporan Keuangan

Laporan keuangan merupakan ringkasan dari suatu proses pencatatan, merupakan suatu ringkasan dari transaksi-transaksi keuangan yang terjadi selama tahun buku bersangkutan. Menurut Standar Akuntansi Keuangan No. 1 (1997:07):Laporan keuangan merupakan bagian dari proses pelaporan keuangan. Laporan keuangan yang lengkap biasanya meliputi neraca, laporan laba rugi, laporan perubahan modal yang disajikan dalam berbagai cara seperti misalnya sebagai arus kas, atau laporan arus dana, catatan, dan laporan lain serta materi penjelasan yang merupakan bagian integral dari laporan keuangan.

2.1.2.1 Tujuan Laporan Keuangan

Dalam prinsip akuntansi Indonesia (PAI 1984), tujuan pelaporan keuangan dinyatakan sebagai “Tujuan Akuntansi Keuangan dan Laporan Keuangan”. Tujuan umum akuntansi keuangan dan laporan keuangan merupakan gambaran mengenai informasi apa yang akan dihasilkan oleh akuntansi keuangan. Dalam tujuan tersebut tidak dinyatakan secara tegas mengenai siapa pihak yang dituju oleh informasi keuangan, namun begitu secara implisit dapat disimpulkan bahwa pihak yang dituju oleh informasi keuangan adalah terbatas pada pihak investor dan kreditor.

Tujuan umum dari Laporan Keuangan menurut PAI ada lima tujuan yaitu :

1. Untuk memberikan informasi keuangan yang dapat dipercaya mengenai aktiva dan kewajiban serta modal suatu perusahaan.
2. Untuk memberikan informasi yang dapat dipercaya mengenai perubahan dalam aktiva neto (aktiva dikurangi kewajiban) suatu perusahaan yang timbul dari kegiatan usaha dalam rangka memperoleh laba.
3. Untuk memberikan informasi keuangan yang membantu para pemakai laporan di dalam menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba.
4. Untuk memberikan informasi penting lainnya mengenai perubahan dalam aktiva dan kewajiban suatu perusahaan, seperti informasi mengenai aktivitas pembiayaan investasi.
5. Untuk mengungkapkan sejauh mungkin informasi lain yang berhubungan dengan laporan keuangan yang relevan untuk kebutuhan pemakai laporan, seperti informasi mengenai kebijakan akuntansi yang dianut perusahaan.

2.1.3 Manajemen laba

Dedi sulistiawan, Yeni Januarsi, dan Liza alvia (2011:65) mengatakan Earnings management atau manajemen laba merupakan suatu fenomena baru yang telah menambah wacana perkembangan teori akuntansi dan merupakan salah satu kajian yang menarik dalam riset akuntansi. Istilah manajemen laba timbul sebagai konsekuensi langsung dari upaya-upaya yang dilakukan manajer atau pembuat laporan keuangan untuk melakukan manajemen informasi akuntansi, khususnya laba (earnings), demi kepentingan pribadi ataupun kepentingan perusahaan. Manajemen laba itu sendiri tidak dapat diartikan sebagai suatu upaya negatif yang merugikan karena tidak selamanya manajemen laba berorientasi pada manipulasi laba. Manajemen laba diduga timbul dan dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu perusahaan karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan. Manajemen laba menjadi sangat menarik untuk diteliti karena dapat memberikan gagasan atau gambaran dari perilaku manajer dalam melaporkan kegiatan usahanya pada suatu periode tertentu, yaitu dengan adanya kemungkinan timbul motivasi tertentu yang mendorong mereka untuk memanipulasi dan mengatur data keuangan yang akan dilaporkan. Perlu dicatat disini bahwa manajemen laba tidak harus dikaitkan dengan adanya upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi saja, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi (accounting methods) untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan tanpa melanggar ketentuan – ketentuan yang telah ditetapkan.

Informasi laba sebagai bagian dari laporan keuangan sering sekali menjadi terget dalam perekayasaan melalui tindakan oportunistik manajemen untuk memaksimalkan kepuasannya, akan tetapi dapat merugikan para pemegang saham atau investor. Tindakan oportunistik tersebut dapat dilakukan dengan cara memilih kebijakan akuntansi tertentu, sehingga laba perusahaan dapat diatur sesuai dengan keinginannya, perilaku manajemen untuk mengatur laba sesuai dengan keinginannya tersebut dikenal dengan istilah manajemen laba.

Praktek manajemen laba dapat dipandang dari dua perspektif yang berbeda, yaitu sebagai tindakan yang salah (negatif) dan sebagai tindakan yang seharusnya dilakukan manajemen (positif). Manajemen laba dikatakan (negatif) jika dilihat sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan political cost, sedangkan manajemen laba disebut (positif) jika dilihat dari pespektif efficient earnings management dimana manajemen laba memberikan manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tidak terduga untuk mendapatkan keuntungan bagi pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Manajemen laba sebagai suatu proses pengambilan langkah yang disengaja dalam batas prinsip akuntansi yang berterima umum baik di dalam maupun di luar batas General Accepted Accounting Principle (GAAP).

Menurut Sugiri (1998:1-18) dalam (pelajaran.id) membagi definisi manajemen laba menjadi dua, yaitu:

1. Definisi Sempit

Manajemen laba dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk bermain dengan komponen discretionary accruals dalam bentuk besarnya laba.

2. Definisi Luas

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan maupun mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit usaha dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan maupun penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang menurut unit tersebut.

Pengertian manajemen laba oleh Merchan (1989) dalam Merchan dan Rockness (1994) didefinisikan sebagai tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan yang bisa memberikan informasi mengenai keuntungan ekonomis (economic advantage) yang sesungguhnya tidak dialami perusahaan, yang dalam jangka panjang tindakan tersebut bisa merugikan perusahaan.

Cara pemahaman atas manajemen laba menurut Scott (2000) dalam (dosenpendidikan.com) dibagi menjadi dua, yaitu:

1. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang, dan political costs (opportunistic earnings management).
2. Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif efficient contracting (efficient earnings management), dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak. Dengan demikian, manajer dapat mempengaruhi nilai pasar perusahaannya melalui manajemen laba, misalnya dengan membuat perataan laba (income smoothing) dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Kemudian Scoot (2009) dalam (rocketmanajemen.com) membagi pola manajemen laba menjadi empat:

1. *Taking a Bath* adalah pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada periode berjalan menjadi sangat rendah (bahkan rugi) atau sangat tinggi dibandingkan dengan laba pada periode sebelumnya atau sesudahnya. Teknik ini mengakui adanya biaya-biaya pada periode yang akan datang dan kerugian periode berjalan sehingga mengharuskan 26 manajemen membebankan perkiraan-perkiraan biaya mendatang akibatnya laba periode laba periode berikutnya akan lebih tinggi.
2. *Income Minimazation* adalah pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada laporan keuangan periode berjalan lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Pola ini dilakukan pada saat perusahaan mengalami tingkat profitabilitas tinggi sehingga jika laba periode mendatang turun drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya.
3. *Income Maximization* adalah pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara menjadikan laba pada laporan keuangan periode berjalan tinggi daripada laba sesungguhnya. Pola ini dilakukan pada saat laba

menurun. Tindakan atas income maximization bertujuan untuk melaporkan net income yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Pola ini dilakukan oleh perusahaan untuk menghindari pelanggaran atas kontrak hutang jangka panjang.

4. *Income smoothing* (perataan laba) merupakan suatu bentuk manajemen laba yang dilakukan dengan cara membuat laba akuntansi relatif konsisten dari periode ke periode. Pola ini dilakukan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor menyukai laba yang relatif stabil.

2.1.3.1 Sasaran manajemen laba

Menurut Ayres (1994:27-29) terdapat unsur-unsur laporan keuangan yang dapat dijadikan sasaran untuk dilakukan manajemen laba yaitu:

1. Kebijakan Akuntansi

Keputusan manajer untuk menerapkan suatu kebijakan akuntansi yang wajib diterapkan oleh suatu perusahaan, yaitu antara menerapkan akuntansi lebih awal dari waktu yang ditetapkan atau menundanya sampai saat berlakunya kebijakan tersebut.

2. Pendapatan

Dengan mempercepat atau menunda pengakuan akan pendapatan.

3. Biaya

Menganggap sebagai ongkos (beban biaya) atau menganggap sebagai suatu tambahan investasi atas suatu biaya (amortize or capitalize of investment).

2.1.4 Strategi Bisnis

Strategi bisnis terkait dengan rangkaian keputusan manajemen untuk dapat bersaing dalam suatu industri dan memasarkan produknya (Walker & Ruekert, 1987; Varadarajan & Clark, 1994). Bentley *et al.* (2013) dan Houque *et al.* (2013) mengungkapkan bahwa strategi bisnis dapat berperan dalam menstimulasi keputusan manajer untuk melakukan manajemen laba.

Oleh karena itu, strategi bisnis yang dipilih oleh manajemen dapat memberikan dampak terhadap besarnya laba yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan tipologi dari Miles & Snow (1978, 2003), penelitian ini hanya menggunakan strategi prospector dan defender karena merupakan tipe strategi paling dominan dan kontras (Bentley et al., 2013; Houqe et al., 2013). Defender diduga melakukan manajemen laba lebih tinggi dari pada prospector mengingat ketidakmampuannya dalam menghadapi risiko dan menghadapi ketidakpastian yang terjadi dalam bisnis (Higgins et al., 2013). Prioritas yang diutamakan adalah menjaga reputasinya sebagai perusahaan yang stabil, terutamadihadapan pelanggan dan pemegang sahamnya (Houqe *et al.*, 2013; Higgins *et al.*, 2013).

Houqe et al. (2013) menggunakan 3 teori untuk menggambarkan hubungan strategi bisnis yang dilakukan oleh defender dengan manajemen laba, yaitu agency theory (Jensen & Meckling, 1976), political cost theory (Watts & Zimmerman, 1978), dan transaction cost theory (Coase, 1937). Dalam Houqe et al. (2013), Jensen & Meckling (1976) mengungkapkan bahwa manajer pada dasarnya mengambil tindakan berdasarkan 2 kondisi, yaitu jika kepentingannya sama dengan pemilik (principal) atau tidak. Tindakan manajer jika kepentingannya selaras dengan kepentingan pemilik, maka manajer mendahulukan kepentingan perusahaan dengan tetap mengutamakan capaian bagi dirinya sendiri. Sebaliknya, jika kepentingannya tidak selaras dengan kepentingan pemilik, maka manajer akan cenderung memaksimalkan kepentingannya sendiri (Houqe et al., 2013). Pada political cost theory dan transaction cost theory manajer berusaha untuk menjaga laba perusahaan agar tidak menjadi sorotan negatif masyarakat dan pemerintah dengan melakukan kebijakan akuntansi secara konservatif, misal income-decreasing accounting policies (Scott, 2015), dan tidak menimbulkan risiko bagi investor dengan menstabilkan beban-beban transaksinya.

Defender memiliki motivasi untuk menjaga reputasinya sebagai perusahaan stabil yang cenderung memenuhi ekspektasi investornya.

Sedangkan prospector cenderung untuk mengutamakan kepentingannya dalam berinovasi dan mencari peluang pasar baru, sehingga berakibat pada lebih rendahnya pemenuhan ekspektasi investornya (Houqe et al., 2013). Kondisi tersebut mengakibatkan prospector tidak memiliki tekanan untuk melakukan manajemen laba jika dibandingkan dengan defender. Hasil penelitian Houqe et al. (2013) membuktikan bahwa terdapat hubungan antara pemilihan strategi bisnis defender dengan lebih tingginya tingkat manajemen laba karena ekspektasi investor terhadap perusahaan juga semakin tinggi.

2.1.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan tidak hanya menunjukkan seberapa besar kecilnya perusahaan, tetapi juga kemampuan suatu perusahaan dalam menjalankan kegiatan bisnisnya sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan labanya. Penggunaan total aset pada perhitungan ukuran perusahaan dikarenakan total aset yang ada merupakan modal untuk meningkatkan kemampuan pembiayaan perusahaan dalam mengerjakan suatu proyek atau dalam suatu bentuk investasi. Perusahaan yang besar juga cenderung memberikan informasi lebih lanjut karena adanya permintaan investor akan informasi. Biayanya rata-rata lebih rendah dalam pengumpulan dan penyebaran informasi (Hossan et al., 1995 dalam Anggraini, 2010).

1.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1

Peneliti	Judul	Hasil
1. Handayani dan Rachadi (2009)	1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba	1. Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Artinya perusahaan

<p>2. Widyasari, Harindahyani, dan Rudiawarni (2017)</p>	<p>2. Strategi Bisnis dalam Praktik Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia</p>	<p>sedang atau besar tidak terbukti melakukan manajemen laba melalui mekanisme pelaporan laba positif.</p> <p>2. Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Baik perusahaan Defender maupun Prospector terbukti melakukan manajemen laba.</p>
<p>3. Wardani dan Isbela (2017)</p>	<p>3. Pengaruh Strategi bisnis dan Karakteristik Perusahaan Terhadap Manajemen Laba</p>	<p>3. Strategi bisnis berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Artinya strategi bisnis tidak berpengaruh terhadap manajemen</p>

<p>4. Pramudhita (2017)</p>	<p>4. Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Leverage, dan Kepemilikan Institusional Terhadap Manajemen Laba</p>	<p>laba karena di setiap perusahaan memiliki perbedaan tipe strategi.</p> <p>4. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Artinya semakin besar perusahaan yang diukur dengan total aktiva, tindakan manajemen laba berkurang. Perusahaan besar akan berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan dan perusahaan kecil cenderung untuk melakukan manajemen laba sehingga</p>
---------------------------------	---	--

<p>5. Sahala (2014)</p>	<p>5. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba dan Market Timing Pada Saat Seasoned Equity Offerings dengan Informasi Asimetri Sebagai Variabel Moderasi</p>	<p>menunjukkan kinerja perusahaan yang lebih bagus.</p> <p>5. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba pada saat SEO. Semakin kecil perusahaan semakin kecil pula perusahaan akan terkena paparan oleh pihak luar. Sedikitnya informasi yang diterima oleh investor meningkatkan asimetri informasi yang ada antara manajemen perusahaan dengan investor.</p>
<p>6. Mediawati dan</p>	<p>6. Pengaruh</p>	<p>6. Ukuran</p>

Dayanti (2016)	Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba : Analisis Data Panel	perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini dapat dijelaskan bahwa terdapat karakteristik yang spesifik pada investasi di perusahaan di sektor properti dan real estate yaitu kecenderungan harga tanah yang semakin tinggi sehingga minat investasi akan terus meningkat.
7. Puspita (2018)	7. Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Kinerja Perusahaan Dengan Manajemen Laba Sebagai Variabel Intervening	7. Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap manajemen laba hal ini sesuai dengan teori keagenan yang menjelaskan bahwa agen sebuah

		<p>perusahaan akan membuat keputusan yang cenderung menguntungkan kepentingannya sendiri karena pihak perusahaan memiliki informasi yang lebih banyak</p>
--	--	---

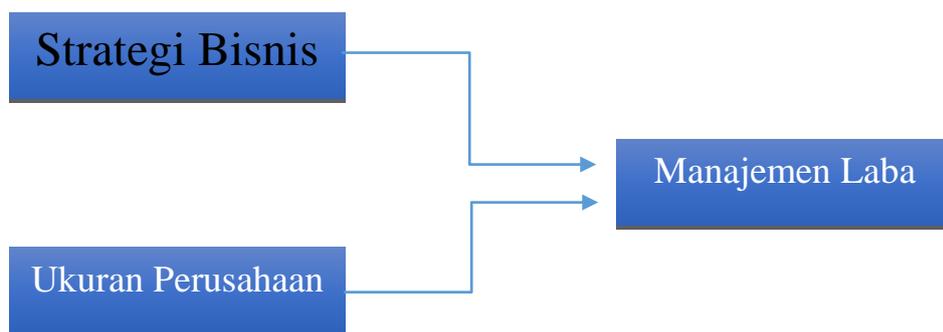
1.3 Kerangka Konseptual

Dalam penelitian ini praktik Manajemen Laba sebagai variabel dependen akan dipengaruhi oleh dua variabel independen, variabel yang pertama adalah Strategi Bisnis dan yang kedua adalah Ukuran Perusahaan.

Dan di bawah ini adalah kerangka konseptual yang mewakili variabel-variabel tersebut:

Gambar 2.1

Model Konseptual Penelitian



1.4 Pengembangan Hipotesis

2.4.1 Pengaruh Strategi Bisnis Terhadap Manajemen Laba

Hasil penelitian Miles dan Snow (1978) strategi defender yaitu apabila perusahaan tersebut beroperasi pada area produksi yang relatif

stabil, dengan demikian perusahaan lebih menaruh perhatian pada upaya mempertahankan porsi pangsa pasar tertentu dari keseluruhan pasar dengan menciptakan produk dan jasa tertentu maupun jumlah customer yang stabil. Oleh karena itu, perusahaan tidak mengeluarkan banyak biaya untuk memenuhi kebutuhan produksinya, tetapi tetap menghasilkan laba yang stabil, maka tingkat tindakan manajemen laba perusahaan juga berkurang. Dengan demikian perusahaan tidak perlu memanipulasi labanya agar investor mau bergabung dengan perusahaannya, sehingga kemungkinan kecil perusahaan melakukan manajemen laba. Jadi semakin maksimal strategi defender diterapkan oleh perusahaan, maka hanya terdapat kemungkinan kecil perusahaan melakukan manajemen laba.

Berdasarkan dengan asumsi tersebut maka hipotesis yang pertama dinyatakan sebagai berikut:

H1: Strategi bisnis berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.4.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah total nilai kekayaan yang dimiliki perusahaan (Nurmalita, 2011:03). Perusahaan yang lebih besar umumnya mendapat perhatian lebih banyak dari pihak eksternal seperti investor, analis, maupun pemerintah, sehingga perusahaan lebih berhati-hati dalam mengelola laporan keuangannya (Yatulhusna, 2015:34). Jadi dapat disimpulkan bahwa semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melakukan manajemen laba, jika perusahaan masih berskala atau berukuran kecil maka kemungkinan terjadinya manajemen laba tinggi. Penelitian yang dilakukan oleh Astuti (2017:08) dan Perwitasari (2015:137) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Berdasarkan argumen dan penelitian terdahulu tersebut maka hipotesis ketiga dinyatakan sebagai berikut:

H2: Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.