

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan selalu berupaya memaksimalkan pencapaiannya agar dapat menjaga eksistensi dalam persaingan bisnis. Menjaga kepercayaan para stakeholder merupakan hal yang sangat perlu dilakukan oleh perusahaan. Ketika perusahaan telah mendapatkan kepercayaan dari para stakeholder maka perusahaan berpeluang untuk memperoleh keberhasilan dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis. Oleh karenanya jika ingin memperoleh kepercayaan dari pihak stakeholder maka harus menunjukkan hasil kinerja yang baik dari suatu perusahaan (Syakur : 2009:12).

Kinerja perusahaan dapat ditunjukkan dalam bentuk laporan keuangan dimana laporan keuangan merupakan produk utama bagi perusahaan yang dapat dijadikan sebagai sumber informasi penting bagi para stakeholder (Syakur : 2009:12). Adanya kecenderungan para stakeholder memperhatikan laporan laba yang dapat memotivasi para manajer untuk merencanakan strategi-strategi tertentu agar laporan yang dihasilkan sesuai dengan harapan para stakeholder salah satunya dengan melakukan manajemen laba (*earning mangement*).

Manajemen laba merupakan cara yang dilakukan oleh manajer ataupun pembuat laporan keuangan dalam melakukan manajemen informasi terkait dengan laba demi kepentingan yang sifatnya pribadi (Scott, 2009). Manajemen laba timbul disaat manajer mempertimbangkan penyusunan laporan keuangan yang

dapat menimbulkan asimetri informasi bagi pihak berkepentingan mengenai kondisi yang sebenarnya didalam perusahaan.

Laba perusahaan adalah salah satu indikator yang akan digunakan oleh para investor untuk menilai kinerja perusahaan. Hal ini akan menentukan apakah investor mau berinvestasi pada perusahaan bersangkutan atau tidak. Selain itu, informasi laba juga digunakan oleh kreditur sebagai salah satu pertimbangan pemberian kredit pada perusahaan. Perhatian investor yang seringkali hanya terpusat pada laba membuatnya tidak memperhatikan prosedur yang digunakan untuk menghasilkan informasi laba tersebut. Hal ini mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba atau manipulasi atas laba (Scott, 2009). Manajemen laba banyak disebabkan oleh pemilik sebagai prinsipal yang memberikan kewenangan dan otoritas penuh kepada manajer sebagai agen untuk menjalankan perusahaan demi kepentingan prinsipal sedangkan manajer selaku agen mengetahui informasi internal lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan dengan prinsipal, sehingga manajer harus memberikan informasi mengenai kondisi perusahaan kepada prinsipal.

Informasi yang diberikan oleh manajer terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya karena manajer cenderung untuk melaporkan sesuatu yang memaksimalkan utilitasnya. Keadaan yang seperti ini dikenal dengan asimetri informasi. (Richardson, 2009).

Adanya asimetri informasi mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba dan menyebabkan manajemen untuk mengelola laba dalam usahanya membuat entitas terlihat baik secara finansial. Asimetri informasi yang

terjadi antara pihak manajemen (agen) dengan pemilik (prinsipal) memberikan kesempatan kepada manajer untuk bertindak oportunistik, yaitu demi memperoleh keuntungan pribadi (Ujiyanto, 2010). Asimetri informasi inilah yang kemudian menjadi pemicu munculnya praktik manajemen laba di perusahaan.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi praktik manajemen laba, beberapa di antara variabel-variabel tersebut yang sering digunakan dalam penelitian baik dalam maupun luar negeri seperti, ukuran perusahaan, leverage dan profitabilitas.

Menurut Nugroho (2011:21) menyebutkan rasio *leverage* merupakan rasio yang terdapat pada laporan keuangan yang dapat mengetahui seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan yang digambarkan oleh modal, atau dapat juga menunjukkan beberapa bagian aset yang digunakan untuk menjamin hutang. *Leverage* mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, dimana investor akan melihat rasio *leverage* perusahaan yang terkecil karena rasio *leverage* mempengaruhi dampak resiko yang terjadi. Jadi semakin kecil rasio *leverage* semakin kecil resikonya, begitu juga sebaliknya. Dengan cara begitu ketika perusahaan mempunyai rasio *leverage* yang tinggi maka perusahaan cenderung akan melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan terancam tidak bisa memenuhi kewajibannya dengan membayar hutangnya tepat waktu. Hutang yang dipinjamnya dapat efisien dan efektif apabila perusahaan dapat meningkatkan kinerjanya sehingga perputarannya akan normal.

Penelitian terdahulu yang meneliti hubungan *leverage* dengan manajemen laba menyebutkan bahwa *leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba seperti pada penelitian Agustia (2013). Sedangkan hasil penelitian Azlina (2010)

menunjukkan hasil yang berbeda yaitu, *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Faktor lain yang juga dapat mempengaruhi manajemen laba adalah ukuran perusahaan. Menurut Azlina (2010:23) ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Terdapat dua pandangan tentang bentuk hubungan ukuran perusahaan dan manajemen laba. Pandangan pertama menyatakan bahwa ukuran perusahaan memiliki hubungan positif dengan manajemen laba, karena perusahaan besar memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks dibandingkan perusahaan kecil, sehingga lebih memungkinkan untuk melakukan manajemen laba. Pandangan kedua menyatakan ukuran perusahaan memiliki hubungan negatif dengan manajemen laba. Penelitian Jao dan Pagalung (2011) menemukan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kecenderungan melakukan tindakan manajemen laba yang lebih kecil dibanding perusahaan berukuran kecil. Hal ini karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pemegang saham dan pihak luar sehingga perusahaan besar mendapatkan tekanan yang lebih kuat untuk menyajikan laporan keuangan yang kredibel (Nasution dan Setiawan, 2010:32).

Profitabilitas menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba. Profitabilitas digunakan sebagai indikator dalam menilai suatu perusahaan. Dalam kaitannya dengan manajemen laba, profitabilitas dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. Karena jika profitabilitas perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya di hadapan pemilik. Hal ini berkaitan erat dengan

usaha manajer untuk menampilkan performa terbaik dari perusahaan yang dipimpinnya (Nugroho, 2011:54).

Menurut Nugroho (2011:54) tingkat profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi tindakan pengelolaan laba. Penelitian yang dilakukan Prabayanti dan Yasa (2010) menunjukkan bahwa perusahaan dengan profitabilitas yang tinggi lebih cenderung untuk melakukan perataan laba. Perataan laba merupakan salah satu bentuk dari manajemen laba. Sedangkan penelitian dari Gunawan *et al.* (2015) menunjukkan hasil bahwa profitabilitas tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. Adapun data perusahaan yang melakukan praktek perataan laba pada perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garment dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Perusahaan Yang Melakukan Perataan Laba Tahun 2013-20117

No	Nama Perusahaan	Tahun/Perataan laba				
		2013	2014	2015	2016	2017
1.	INDR	0,05	-0,06	-0,03	0,12	0,04
2.	PBRX	0,15	0,16	0,02	0,08	0,05
3.	STAR	0,07	0,05	0,44	0,35	0,45
4.	TRIS	0,75	0,72	0,39	0,37	0,41
5.	UNIT	1,06	1,15	1,02	0,98	1,04

Sumber :www.idx.com

Tabel 1.2
Data Perusahaan Tahun 2013-20117

No	Nama Perusahaan	Tahun	Ukuran Peusahaan	Leve rage	Profitabilitas
1.	INDR	2013	20,415	0,595	0,0055
		2014	20,424	0,590	0,0133
		2015	20,506	0,631	0,0341
		2016	20,557	0,647	0,0049
		2017	20,500	0,645	0,0080
2.	PBRX	2013	19,270	0,576	0,1055
		2014	19,720	0,442	0,0494
		2015	19,909	0,513	0,0399
		2016	20,068	0,562	0,0584
		2017	20,167	0,591	0,0333
3.	STAR	2013	26,763	0,619	0,0012

		2014	26,848	0,625	0,0007
		2015	27,315	0,328	0,0006
		2016	27,260	0,290	0,0009
		2017	27,145	0,202	0,0012
4.	TRIS	2013	26,830	0,371	0,1707
		2014	26,985	0,409	0,1161
		2015	27,077	0,427	0,1138
		2016	27,184	0,458	0,0727
		2017	27,024	0,346	0,0399
5.	UNIT	2013	26,853	0,475	0,0035
		2014	26,812	0,452	0,0016
		2015	26,856	0,472	0,0016
		2016	26,794	0,436	0,0035
		2017	26,779	0,425	0,0043

Sumber : www.idx.com

Berdasarkan data pada tabel 1.1 dan 1.2, menunjukkan bahwa terjadi praktik perataan laba pada perusahaan industri Tekstil dan Garment pada tahun 2013 dan 2017 dari berbagai ukuran perusahaan. Dapat dilihat bahwa perusahaan yang melakukan perataan laba, dapat meningkatkan nilai perusahaan karena harga sahamnya naik. Sehingga terdapat pengaruh perataan laba terhadap nilai perusahaan. Begitu juga dengan profitabilitas, perusahaan yang memiliki profitabilitas lebih tinggi cenderung melakukan praktik perataan laba karena manajemen mengetahui kemampuan untuk mendapatkan laba pada masa mendatang dan profitabilitas digunakan untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan,

Untuk perusahaan Indo Rama Sintetic Tbk pada tahun 2013 sebesar 20,415, pada tahun 2014 sebesar 20,424, tahun 2015 sebesar 20,506, tahun 2016 sebesar 20,557 selanjutnya tahun 2017 sebesar 20,500. Besarnya *leverage* yang dimiliki perusahaan Indo Rama Sintetic Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,595, pada tahun 2014 sebesar 0,590, tahun 2015 sebesar 0,631, tahun 2016 sebesar 0,647 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,645. Besarnya profitabilitas perusahaan Indo

Rama Sintetic Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,0055, pada tahun 2014 sebesar 0,0133, tahun 2015 sebesar 0,0341, tahun 2016 sebesar 0,0049 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,0080.

Ukuran perusahaan untuk Pan Brother Tbk pada tahun 2013 sebesar 19,270, pada tahun 2014 sebesar 19,720, tahun 2015 sebesar 19,909, tahun 2016 sebesar 20,068 selanjutnya tahun 2017 sebesar 20,167. Besarnya *leverage* yang dimiliki perusahaan Pan Brother Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,576, pada tahun 2014 sebesar 0,442, tahun 2015 sebesar 0,513, tahun 2016 sebesar 0,562 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,591. Besarnya profitabilitas perusahaan Indo Pan Brother Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,1055, pada tahun 2014 sebesar 0,0494, tahun 2015 sebesar 0,0399, tahun 2016 sebesar 0,0584 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,0333.

Ukuran perusahaan untuk Star Petrocem Tbk pada tahun 2013 sebesar 26,763, pada tahun 2014 sebesar 26,848, tahun 2015 sebesar 27,315, tahun 2016 sebesar 27,260 selanjutnya tahun 2017 sebesar 27,145. Besarnya *leverage* yang dimiliki perusahaan Star Petrocem Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,619, pada tahun 2014 sebesar 0,625, tahun 2015 sebesar 0,328, tahun 2016 sebesar 0,290 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,202. Besarnya profitabilitas perusahaan Indo Star Petrocem Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,0012, pada tahun 2014 sebesar 0,0007, tahun 2015 sebesar 0,0006, tahun 2016 sebesar 0,0009 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,0012.

Ukuran perusahaan untuk Trisula International Tbk pada tahun 2013 sebesar 26,830, pada tahun 2014 sebesar 26,985, tahun 2015 sebesar 27,077,

tahun 2016 sebesar 27,184 selanjutnya tahun 2017 sebesar 27,024. Besarnya *leverage* yang dimiliki perusahaan Trisula International Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,371, pada tahun 2014 sebesar 0,409, tahun 2015 sebesar 0,427, tahun 2016 sebesar 0,458 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,346. Besarnya profitabilitas perusahaan Trisula International Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,1707, pada tahun 2014 sebesar 0,1161, tahun 2015 sebesar 0,1138, tahun 2016 sebesar 0,0727 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,0399.

Ukuran perusahaan untuk Nusantara Inti Tbk pada tahun 2013 sebesar 26,853, pada tahun 2014 sebesar 26,812, tahun 2015 sebesar 26,856, tahun 2016 sebesar 26,794 selanjutnya tahun 2017 sebesar 26,779. Besarnya *leverage* yang dimiliki perusahaan Nusantara Inti Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,475, pada tahun 2014 sebesar 0,452, tahun 2015 sebesar 0,472, tahun 2016 sebesar 0,436 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,425. Besarnya profitabilitas perusahaan Nusantara Inti Tbk pada tahun 2013 sebesar 0,0035, pada tahun 2014 sebesar 0,0016, tahun 2015 sebesar 0,0016, tahun 2016 sebesar 0,0035 selanjutnya tahun 2017 sebesar 0,043.

Salah satu teori yang menjadi dasar dari alasan tindakan perataan laba adalah teori keagenan (*Agency Theory*), yaitu pemisahan pemilik dan manajemen di dalam literature akuntansi. Teori keagenan mendeskripsikan hubungan antara pemegang saham sebagai *principal* dan manajemen sebagai *agent*. *Agent* merupakan pihak yang dikontrak oleh *principal* untuk bekerja demi kepentingan *principal*, maka *agent* diberikan wewenang untuk mengambil keputusan atas nama *principal* dan *agent* harus mempertanggungjawabkan semua pekerjaannya

kepada *principal*. Dalam teori keagenan, terdapat konflik yang disebabkan karena perbedaan kepentingan antara *agent* dengan *principal*, dimana pemegang saham ingin meningkatkan kekayaannya dengan mendapatkan deviden yang tinggi sedangkan manajemen ingin meningkatkan kesejahteraannya. Oleh karena dilandasi hal tersebut, manajemen melakukan praktik perataan laba agar menjadikan performa perusahaan menjadi baik, menaikkan nilai perusahaan sehingga dapat menarik minat investor. Investor akan beranggapan bahwa kestabilan laba akan berdampak pada kestabilan deviden, maka perusahaan tersebut memiliki risiko ketidakpastian yang rendah. Karena investor hanya fokus memperhatikan informasi laba, tanpa memperhatikan prosedur yang digunakan untuk menghasilkan informasi laba perusahaan. perusahaan yang cenderung melakukan praktik perataan laba adalah perusahaan yang berukuran besar dibandingkan dengan perusahaan yang berukuran kecil, karena perusahaan besar akan lebih banyak mendapat perhatian dari investor dan menjadi subjek pemeriksaan yang lebih ketat dari pemerintah dan masyarakat umum.

Banyak penelitian yang telah dilakukan untuk menguji faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba dengan hasil penelitian yang beragam. Penelitian Azlina (2010), menemukan hasil bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Selanjutnya penelitian Agustia (2013), menemukan hasil bahwa *leverage* dan *free cash flow* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian Jao dan Pagalung (2011), menemukan hasil bahwa variabel *corporate governance* yang diukur dengan kepemilikan manajerial, komposisi

dewan komisaris independen dan jumlah pertemuan komite audit berpengaruh negatif signifikan sedangkan kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian Gunawan *et al.* (2015), menemukan hasil bahwa secara parsial dan simultan ukuran perusahaan, profitabilitas dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

Dari uraian fenomena dan perbedaan hasil penelitian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang manajemen laba dengan variabel *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas sebagai faktor-faktor yang mempengaruhinya. Perusahaan yang digunakan sebagai sampel dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor tekstil dan garment yang merupakan bagian dari perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Alasan memilih perusahaan subsektor tekstil dan garment karena perusahaan manufaktur merupakan jenis usaha yang berkembang pesat dan memiliki ruang lingkup yang sangat besar. Perusahaan manufaktur juga memiliki kompleksitas operasi yang tinggi serta merupakan sektor terbesar di Bursa Efek Indonesia. Oleh karena itu, peneliti menentukan judul penelitian “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Tekstil dan Garmen yang Terdaftar di BEI Periode 2013-2017**”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi permasalahan yang telah dijelaskan, maka penulis dapat merumuskan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba?
2. Bagaimanakah pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba?
3. Bagaimanakah pengaruh *profitabilitas* berpengaruh terhadap manajemen laba?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba.
2. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba.
3. Mengetahui pengaruh *profitabilitas* terhadap manajemen laba.

1.4 Manfaat penelitian

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian, maka manfaat penelitian yang diharapkan adalah:

1. Bagi peneliti
Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba.
2. Bagi peneliti selanjutnya dan akademis
Dapat digunakan sebagai informasi untuk melakukan penelitian pada bidang yang sejenis dan dapat menambah bahan pembelajaran tentang faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba, serta sebagai penambah bahan referensi baca bagi mahasiswa.

3. Bagi investor

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan investasi di pasar modal.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penyusunan skripsi ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL, DAN HIPOTESIS

Bab ini membahas tentang landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka konseptual dan hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini membahas tentang ruang lingkup penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, teknik pengambilan data definisi operasional, instrumen penelitian dan teknik analisis data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Didalam bab ini data hasil penelitian diolah, dianalisis dikaitkan dengan kerangka teoritik bab II sehingga jelas bagaimana data hasil penelitian dapat menjawab permasalahan dan tujuan penelitian.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan kristalisasi dari semua yang telah dicapai pada masing-masing bab sebelumnya, menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Laba

2.1.1.1 Pengertian Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan suatu fenomena dimana manajer dapat memilih kebijakan akuntansi tertentu dengan maksud memaksimalkan kesejahteraan mereka atau meningkatkan nilai perusahaan (Scott, 2009). Scott membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan *political costs* (*Oportunistic Earnings Management*). 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 saham perusahaannya melalui manajemen laba, misalnya dengan membuat perataan laba (*income smoothing*) dan pertumbuhan laba sepanjang waktu.

Manajemen laba dapat didefinisikan sebagai suatu usaha pihak manajemen yang disengaja untuk memanipulasi laporan keuangan dalam batasan yang dibolehkan oleh prinsip-prinsip akuntansi dengan tujuan untuk memberikan

informasi yang menyesatkan ke para pengguna laporan keuangan bagi keuntungan pihak manajer (Meutia, 2011).

Menurut Schipper (2011:62), pengertian manajemen laba yaitu pengungkapan manajemen dengan cara melakukan intervensi pada proses pelaporan kepada pihak eksternal perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan pribadi. Menurut Sulistyanto (2009:48), pengertian manajemen laba yaitu upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.

Menurut Subramanyam dan Wild (2010: 131) manajemen laba merupakan hasil dari kebebasan dalam aplikasi akuntansi akrual yang mungkin terjadi. Manajemen laba sebagai suatu proses mengambil langkah yang disengaja dalam batas prinsip akuntansi yang berterima umum baik didalam maupun diluar batas *General Accepted Accounting Principle (GAAP)*. Selain itu dikemukakan juga oleh Healy & Wahlen (2011:23) bahwa Manajemen laba terjadi apabila manajer menggunakan penilaian dalam pelaporan keuangan dan dalam struktur transaksi untuk mengubah laporan keuangan guna menyesatkan pemegang saham mengenai prestasi ekonomi perusahaan atau mempengaruhi akibat-akibat perjanjian yang mempunyai kaitan dengan angka-angka yang dilaporkan dalam laporan keuangan.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah intervensi manajemen terhadap laporan keuangan, berupa pilihan yang dilakukan oleh manajemen terhadap kebijakan-kebijakan akuntansi yang diperkenankan dalam proses pelaporan keuangan eksternal untuk mencapai

tujuan/maksud tertentu, sehingga dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan. Manajemen laba merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan, menambah bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa.

2.1.1.2 Faktor Pendorong Manajemen Laba

Menurut Sulistyanto(2009) dalam *positive accounting theory* terdapat tiga hipotesis yang melatarbelakangi terjadinya manajemen laba, yaitu:

1. *Bonus Plan Hypothesis*

Manajemen akan memilih metoda akuntansi yang memaksimalkan utilitasnya yaitu bonus yang tinggi. Manajer perusahaan dengan rencana bonus lebih memungkinkan untuk memilih prosedur akuntansi yang menggeser laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke periode berjalan.

2. *Debt Covenant Hypothesis*

Manajer perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian kredit cenderung memilih metoda akuntansi yang memiliki dampak meningkatkan laba yang dilaporkan dari periode mendatang ke periode berjalan. Hal ini untuk menjaga reputasi mereka dalam pandangan pihak eksternal.

3. *Political Cost Hypothesis*

Semakin besar perusahaan, semakin besar pula kemungkinan perusahaan tersebut memilih metoda akuntansi yang menurunkan laba.

Hal tersebut dikarenakan dengan laba yang tinggi pemerintah akan segera mengambil tindakan, misalnya: mengenakan peraturan *antitrust*, menaikkan pajak pendapatan perusahaan, dan lain-lain.

Scott (2009) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba, yaitu:

1. *Bonus Purposes*

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara *oportunistik* untuk melakukan manajemen laba dengan mengatur laba bersih agar dapat memaksimalkan bonusnya.

2. *Political Motivations*

Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3. *Taxation Motivations*

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metoda akuntansi digunakan dengan tujuan penghematan pajak pendapatan.

4. Pergantian *CEO*

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

5. *Initial Public Offering (IPO)*

Perusahaan yang akan *go public* belum memiliki nilai pasar, dan menyebabkan manajer perusahaan yang akan *go public* melakukan manajemen laba dalam prospektus mereka dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan.

6. Pentingnya memberi informasi kepada investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik.

2.1.1.3 Teknik dan Pola Manajemen Laba

Teknik dan pola manajemen laba menurut Sulistyanto (2009) dapat dilakukan dengan tiga teknik, yaitu:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

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

2. Mengubah metoda akuntansi

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

3. Menggeser perioda biaya atau pendapatan.

Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain: mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian dan

pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat/menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat/menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aset tetap yang sudah tak dipakai.

Pola manajemen laba menurut Scott (2009) dapat dilakukan beberapa cara yaitu:

1. *Taking a Bath*

Pola ini terjadi pada saat reorganisasi termasuk pengangkatan CEO baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba di masa datang.

2. *Income Minimization*

Dilakukan pada saat perusahaan mengalami tingkat profitabilitas yang tinggi sehingga jika laba pada periode mendatang diperkirakan turun drastis dapat diatasi dengan mengambil laba periode sebelumnya. Contoh: penghapusan aset tetap berwujud dan tidak berwujud, pengakuan sebagai biaya atas pengeluaran *research and development* dan iklan.

3. *Income Maximization*

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 yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang.

4. *Income Smoothing*

Dilakukan perusahaan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

2.1.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba

Manajemen laba dapat terjadi karena adanya kepentingan yang berbeda antara prinsipal (pemilik perusahaan) dengan agen (pengelola perusahaan). Hal ini terjadi karena pengelola (manajer) mempunyai informasi mengenai perusahaan yang tidak dimiliki oleh pemegang saham dan dipergunakannya untuk meningkatkan utilitasnya.

Manajemen laba sebagai suatu fenomena yang dipengaruhi oleh berbagai macam faktor yang mendorong terjadinya fenomena tersebut. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi manajemen laba, yaitu sebagai berikut:

Menurut Sulistyanto (2009) faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu:

1. Kepemilikan Insitutional
2. Proporsi Dewan Komisaris Indenpenden
3. Ukuran Dewan Komisaris
4. Keberadaan Komite Audit
5. Ukuran Perusahaan.

Menurut Scott (2009) faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu:

1. *Earning Power*
2. *Leverage*

3. Kepemilikan Institusional

4. Nilai Perusahaan.

Sedangkan menurut Healy & Wahlen (2011:24) faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu:

1. Kepemilikan Institusional

2. Dewan Komisaris

3. Persentase Saham Publik

4. Komite Audit

5. *Leverage*.

6. Profitabilitas

Dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil beberapa variabel dari faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu: *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

2.1.2 *Leverage*

2.1.2.1 Pengertian *Leverage*

Leverage adalah rasio yang mengukur besarnya aset perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Rasio *leverage* dapat diketahui dengan cara membandingkan total hutang dengan total aset. Menurut Arrita (2010:23) *leverage* adalah kemampuan perusahaan untuk menggunakan aset atau dana yang mempunyai beban tetap (utang) secara efektif sehingga dapat memperoleh tingkat penghasilan usaha yang optimal. Menurut Nugroho (2011:11) Rasio *leverage* merupakan rasio yang terdapat pada laporan keuangan yang dapat mengetahui seberapa besar perusahaan dibiayai oleh hutang dengan kemampuan perusahaan yang

digambarkan oleh modal, atau dapat juga menunjukkan beberapa bagian aset yang digunakan untuk menjamin hutang. Dengan demikian *leverage* menunjukkan resiko yang dihadapi perusahaan berkaitan dengan hutang yang dimiliki perusahaan. Perusahaan yang memiliki rasio hutang relatif tinggi akan memiliki ekspektasi pengembalian yang juga lebih tinggi ketika perekonomian berada pada kondisi yang normal, namun memiliki resiko kerugian ketika ekonomi mengalami resesi (Brigham dan Houston, 2011:32).

Menurut Van Horne dan Wachowicz (2007) dengan tingginya rasio *leverage* menunjukkan bahwa perusahaan tidak *solvable*, artinya total hutangnya lebih besar dibandingkan total asetnya. Karena *leverage* menghitung seberapa besar dana yang disediakan oleh kreditur, juga sebagai rasio yang membandingkan total hutang terhadap keseluruhan aset suatu perusahaan, maka apabila investor melihat aset suatu perusahaan yang tinggi namun resiko *leveragenya* juga tinggi, maka akan berpikir dua kali untuk berinvestasi pada perusahaan tersebut karena dikhawatirkan aset yang tinggi tersebut diperoleh dari hutang yang akan meningkatkan resiko investasi apabila perusahaan tidak dapat melunasi kewajibannya tepat waktu.

Leverage mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, ketika perusahaan mempunyai rasio *leverage* yang tinggi maka perusahaan cenderung akan melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan terancam tidak bisa memenuhi kewajibannya dengan membayar hutangnya tepat waktu. Hal ini dijelaskan dalam teori keagenan (*agency theory*) dari segi *debt covenant hypothesis* bahwa semakin dekat perusahaan dengan pelanggaran perjanjian

hutang yang berbasis akuntansi akan memungkinkan manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi yang memindahkan laba yang dilaporkan dari periode masa mendatang ke periode saat ini. Hal tersebut dilakukan karena laba bersih yang dilaporkan naik akan mengurangi kemungkinan kegagalan membayar hutang-hutangnya pada masa mendatang (Watts and Zimmerman, 2011:54).

2.1.2.2 Variabel Pembentuk *Leverage*

Menurut Munawir (2010:75), variabel pembentuk leverage terdiri dari :

1. Utang

Utang adalah semua kewajiban keuangan perusahaan kepada pihak lain yang belum terpenuhi, dimana utang ini merupakan sumber dana atau modal perusahaan yang berasal dari kreditor. Utang dapat dibedakan ke dalam utang lancar dan utang jangka panjang.

1) Utang Lancar, adalah utang yang pelunasan atau pembayarannya akan dilakukan dalam jangka pendek (satu tahun sejak tanggal neraca) dengan menggunakan aktiva lancar yang dimiliki oleh perusahaan. Utang lancar meliputi : utang dagang, utang wesel, utang pajak, biaya yang masih harus dibayar, utang jangka panjang yang akan segera jatuh tempo, penghasilan yang diterima di muka.

2) Utang Jangka Panjang, adalah kewajiban keuangan yang jangka waktu pembayarannya (jatuh tempo) masih jangka panjang (lebih dari satu tahun sejak tanggal neraca). Utang jangka panjang meliputi : utang obligasi, utang hipotik, pinjaman jangka panjang yang lain.

2. Modal

Modal adalah hak atau bagian yang dimiliki oleh perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), surplus dan laba yang ditahan. Modal suatu perusahaan dapat berupa modal saham bila untuk perseroan terbatas (PT) dan modal perseorangan untuk perusahaan perseorangan.

2.1.2.3 Jenis-Jenis *Leverage*

Menurut Munawir (2010:75), jenis-jenis leverage terdiri dari:

1. *Operating Leverage*

Merupakan penggunaan aktiva dengan biaya tetap yang bertujuan untuk menghasilkan pendapatan yang cukup untuk menutup biaya tetap dan variabel serta dapat meningkatkan profitabilitas. *Operating leverage* dapat mengukur perubahan pendapatan atau penjualan terhadap keuntungan operasi perusahaan. Maka pada *operating leverage* ini dapat diketahui dengan cara menghitung tingkat *operating leverage* untuk bisa menaksir perubahan laba operasi sebagai akibat adanya perubahan penjualan. ukuran leverage operasi atau sering disebut dengan *Degree of Operating Leverage (DOL)*, sebagai persentase perubahan dalam laba operasi sebagai akibat prosentase perubahan dalam unit yang dijual.

2. *Leverage Keuangan (Financial Leverage)*

Merupakan penggunaan dana yang menyebabkan perusahaan harus menanggung beban tetap dengan tujuan untuk meningkatkan atau mengoptimalkan pendapatan perlembar saham. Ukuran *Leverage* keuangan adalah *Degree of Financial Leverage (DFL)*, yang didefinisikan sebagai

persentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat prosentase perubahan dalam laba operasi (EBIT).

3. *Leverage Total/Leverage gabungan (Combine Leverage)*

Merupakan pengaruh perubahan penjualan terhadap perubahan laba setelah pajak ataupun pendapatan per lembar saham (EPS). Untuk mengukur secara langsung efek perubahan penjualan terhadap perubahan laba rugi pemegang saham dengan *Degree of Combine Leverage (DCL)* yang didefinisikan sebagai persentase perubahan pendapatan per lembar saham sebagai akibat prosentase perubahan dalam unit yang terjual.

2.1.2.4 Pengukuran Leverage

Menurut Yulia (2013), pengukuran *leverage* dihitung dengan menggunakan rasio utang terhadap total aset yang dirumuskan dengan :

$$\text{Leverage} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total asset}}$$

2.1.3 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan menurut besar kecilnya berdasarkan pada total aktiva suatu perusahaan, semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. ukuran perusahaan dalam pengaruhnya terhadap praktik perataan laba yaitu berupa pengawasan dan pengamatan terkait kinerja perusahaan tersebut, semakin besar perusahaan maka semakin besar sorotan dan pengamatan yang akan di dapat perusahaan, sehingga manajer tidak bisa leluasa melakukan praktik perataan laba

mengingat jika perusahaan mengalami kerugian atau bahkan terbukti melakukan kecurangan maka dapat berdampak merugikan citra perusahaan baik internal maupun eksternal perusahaan. Sebaliknya jika perusahaan tergolong klasifikasi kecil maka semakin kecil pula perusahaan mendapat perhatian, sehingga manajer dapat leluasa melakukan praktik perataan laba.

Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur pendanaan perusahaan, hal ini menyebabkan kecenderungan perusahaan memerlukan dana yang lebih besar dibandingkan perusahaan yang lebih kecil. Kebutuhan akan pendanaan yang lebih besar memiliki kecenderungan bahwa perusahaan menginginkan pertumbuhan dalam laba, ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan penjualan, total aktiva, tenaga kerja, dan lain-lain.

Penentuan ukuran perusahaan didasarkan kepada total aset perusahaan, karena total aset dianggap lebih stabil dan lebih dapat mencerminkan ukuran perusahaan (Yulia, 2013:56). Nilai ideal yang harus dimiliki perusahaan adalah minimum 150%, semakin besar semakin baik dan perusahaan dalam kondisi sehat. Ukuran perusahaan diukur dengan *market capitalization* yaitu harga saham kali jumlah saham yang beredar.

Menurut Ferry dan Jones (dalam Panjaitan: 2009:14), ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, kapitalisasi pasar, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi. Semakin besar total aktiva, penjualan, *log size*, nilai pasar saham, dan kapitalisasi pasar maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut.

Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium-size*), dan perusahaan kecil (*small firm*).

Besar kecilnya ukuran suatu perusahaan akan berpengaruh terhadap struktur modal, semakin besar perusahaan maka akan semakin besar pula dana yang dibutuhkan perusahaan untuk melakukan investasi (Ariyanto, 2012:32). Semakin besar ukuran suatu perusahaan, maka kecenderungan menggunakan modal asing juga semakin besar. Hal ini disebabkan karena perusahaan besar membutuhkan dana yang besar pula untuk menunjang operasionalnya, dan salah satu alternatif pemenuhannya adalah dengan modal asing apabila modal sendiri tidak mencukupi (Halim, 2009:12).

2.1.3.1 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Berdasarkan undang-undang nomor 20 tahun 2008 pasal 6, kriteria usaha kecil/ukuran perusahaan kecil dilihat dari segi keuangan dalam modal yang dimilikinya adalah:

1. Kriteria usaha makro adalah sebagai berikut :
 - a) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp 300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:
 - a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau

- b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp500.000.000,- (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp2.500.000.000,- (dua milyar lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah).
4. Kriteria usaha besar adalah sebagai berikut:
- a) Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp10.000.000.000,- (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b) Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp50.000.000.000,- (lima puluh milyar rupiah)

2.1.3.2 Metode Pengukuran

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan Prasetyantoko (2008:257) mengemukakan bahwa:

“Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar *asset* biasanya perusahaan tersebut semakin besar.”

Menurut Hartono (2013:282) menyatakan bahwa:

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.”

Menurut Machfoedz dalam Widaryanti (2009:2) menyatakan bahwa:

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara (total aktiva, *log size*, nilai pasar saham, dan lain-lain)”.

Ukuran Perusahaan = Logn Total Aktiva

Dalam penelitian ini ukuran perusahaan diukur dengan menggunakan log total aktiva karena untuk memudahkan penelitian disebabkan oleh jumlah total aktiva perusahaan mencapai puluhan triliun sedangkan variabel dependen maupun independen menggunakan skala pengukuran rasio oleh sebab itu, ukuran perusahaan diukur menggunakan logn total aktiva (Ln_Total Aktiva).

2.1.4 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dari aset yang digunakan. Hal ini sering dijadikan patokan oleh investor untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan, yang selanjutnya akan mempengaruhi keputusan membeli atau menjual saham perusahaan (Hartono, 2013:282).

Menurut Gunawan *et al.* (2015) profitabilitas adalah tingkat keuntungan bersih yang berhasil diperoleh perusahaan dalam menjalankan operasionalnya.. Dalam kaitannya dengan manajemen laba, profitabilitas dapat mempengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. Karena jika profitabilitas perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya di hadapan pemilik. Hal ini berkaitan erat dengan

usaha manajer untuk menampilkan performa terbaik dari perusahaan yang dipimpinnya.

Laba sering kali menjadi ukuran kinerja perusahaan, dimana ketika perusahaan memiliki laba yang tinggi berarti dapat disimpulkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik dan sebaliknya. Profitabilitas merupakan rasio dari efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang dihasilkan dari penjualan dan investasi. Brigman dan Houston (2011:23) membagi rasio profitabilitas yang terdiri dari *Net Profit Margin*, *Gross Profit Margin*, *Earning Per Share*, *Return on Assets*, *Return on Equity*, *Return on Investment*.

Analisis *return on assets* merupakan salah satu bentuk rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba. *Return on Assets* (ROA) menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aset yang dimiliki oleh perusahaan dengan cara membandingkan laba bersih setelah pajak dengan total aset.

Menurut Carlson dan Bathala (2011:34), tingkat profitabilitas perusahaan merupakan faktor yang mempengaruhi tindakan pengelolaan laba. Hal ini dikarenakan tingkat profitabilitas yang semakin tinggi akan mengakibatkan tingginya harapan dari para *stakeholders* perusahaan. Laba yang terlalu tinggi akan meningkatkan pajak yang harus dibayar, sebaliknya penurunan laba yang terlalu rendah akan memperlihatkan kinerja manajemen tidak bagus. Oleh sebab itu, ada kemungkinan manajemen membuat laba yang dilaporkan tidak berfluktuasi dengan cara melakukan perataan laba. Suwito dan Herawaty (2009:21) menyatakan perataan laba berkaitan dengan profitabilitas yang dilakukan oleh perusahaan yang terdaftar di Singapore Stock Exchange (SSE). Perataan laba merupakan salah satu bentuk dari manajemen laba.

Dari definisi-definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan dan keberhasilan perusahaan dalam memperoleh laba yang hubungannya dengan penjualan, aktiva maupun investasi.

2.1.4.1 Tujuan dan Manfaat Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas memiliki tujuan dan manfaat tidak hanya bagi pihak internal, tetapi juga bagi pihak eksternal atau diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki kepentingan dengan perusahaan.

Tujuan penggunaan rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:197), adalah:

1. Untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.
6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri.

Manfaat yang diperoleh rasio profitabilitas menurut Kasmir (2014:198), yaitu:

1. Mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode
2. Mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu.
4. Mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri.
5. Mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

2.1.4.2 Pengukuran Profitabilitas

Menurut Kasmir (2014:115) secara umum terdapat empat jenis utama yang digunakan dalam menilai tingkat profitabilitas, di antaranya:

1. *Profit Margin (Profit Margin on Sale)*.

Profit Margin on Sale atau Rasio Margin atau Margin laba atas penjualan, merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Untuk mengukur rasio ini adalah dengan cara membanding antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini juga dikenal dengan nama profit margin. Rumusnya sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin on Sales} = \frac{\textit{Earning after interest and tax}}{\textit{Sales}}$$

2. *Return on Investment (ROI)*.

Hasil pengembalian Investasi atau lebih dikenal dengan nama *Return on Investment (ROI)* atau *Return on Total Assets*, merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. ROI juga merupakan suatu ukuran tentang efektifitas manajemen dalam mengelola investasinya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{ROI} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Total asset}}$$

3. *Return on Equity (ROE)*.

Hasil pengembalian ekuitas atau *Return on Equity (ROE)* atau rentabilitas modal sendiri, merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Makin tinggi rasio ini, makin baik. Artinya, posisi pemilik perusahaan makin kuat, demikian pula sebaliknya. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Equity}}$$

4. Laba Per Lembar Saham (*Earning Per Share*).

Rasio per lembar saham (*Earning Per Share*) atau disebut juga rasio nilai buku, merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya

dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain, bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumusnya sebagai berikut:

$$\text{Earning Per Share} = \frac{\text{Laba saham biasa}}{\text{Saham biasa yang beredar}}$$

2.1.4.3 Jenis-Jenis Profitabilitas

Adapun jenis-jenis profitabilitas dalam buku Sartono (2010:113), sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin* digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba melalui persentase laba kotor dari penjualan perusahaan.
2. *Net Profit Margin* digunakan untuk mengetahui laba bersih dari penjualan setelah dikurangi pajak.
3. *Profit Margin* digunakan untuk menghitung laba sebelum pajak dibagi total penjualan.
4. *Return On Investment* atau *Return On Assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan.
5. *Return On Equity* mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia bagi pemegang saham perusahaan.

Menurut Fahmi (2013:80) ada beberapa jenis rasio profitabilitas diantaranya adalah sebagai berikut:

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

Rasio ini merupakan margin laba kotor, yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan sebuah perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan.

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Merupakan salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur margin laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih.

3. *Return On Investment* (ROI)

Rasio ini melihat sejauh mana investasi yang telah ditanamkan mampu memberikan pengembalian keuntungan sesuai dengan yang diharapkan. Dan investasi tersebut sebenarnya sama dengan asset perusahaan yang ditanamkan.

4. *Return On Equity* (ROE)

Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki untuk mampu memberikan laba atas ekuitas.

Alasan peneliti memilih ROE, karena ROE merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri, rasio ini dianggap paling tepat di antara rasio profitabilitas lainnya dalam hubungannya dengan return saham karena di bagian akun modal terdapat juga akun modal saham, yang merupakan modal pemegang saham.

Menurut Haraphap (2012:156) *ROE* merupakan perbandingan antara laba bersih suatu emiten dengan modal sendiri yang dimiliki. *ROE* yang tinggi mencerminkan bahwa perusahaan berhasil menghasilkan keuntungan dari modalnya sendiri. Peningkatan *ROE* akan ikut mendongkrak nilai jual perusahaan yang berimbas pada harga saham, sehingga hal ini berkorelasi dengan peningkatan *return* saham.

Menurut Fahmi (2013:98) *Return on equity* dapat disebut juga laba atas *equity* atau perputaran total aset. Rasio ini mengkaji sejauh mana suatu perusahaan mempergunakan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan untuk mampu memberikan laba atas ekuitas. *Return on equity* suatu perhitungan yang sangat penting pada suatu perusahaan. Apabila suatu perusahaan memperlihatkan suatu ROE yang tinggi dan konsisten, berarti perusahaan tersebut mengindikasikan mempunyai suatu keunggulan yang tahan lama dalam persaingan. Jika perusahaan dapat menghasilkan laba yang tinggi, maka permintaan saham akan meningkat dan selanjutnya akan berdampak pada meningkatnya harga saham perusahaan. Ketika harga saham semakin meningkat maka *return* saham juga akan meningkat. (Fransiska dan Titin, 2014)

2.1.5 Penelitian Terdahulu yang Relevan

Penelitian ini merupakan pengembangan dari penelitian yang dilakukan oleh beberapa penelitian terdahulu yang dapat dilihat pada tabel berikut:

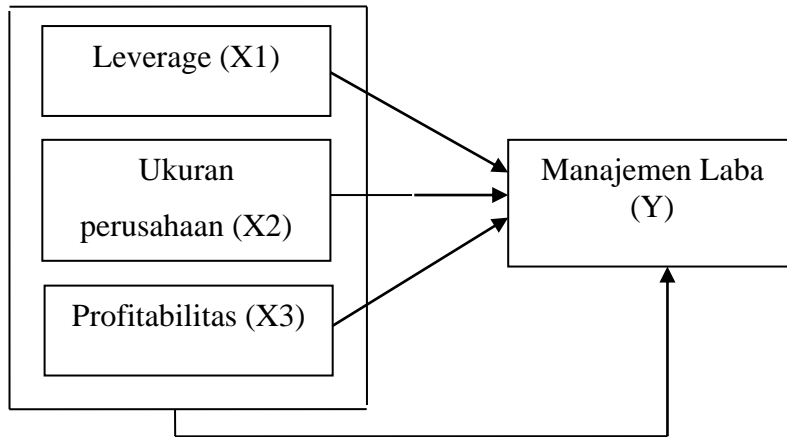
Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama, tahun	Judul penelitian	Hasil penelitian
1.	Azlina (2010)	Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di BEI)	Hasil penelitian adalah hanya variabel ukuran perusahaan yang berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada tingkat signifikansi 0,024, sedangkan variabel jumlah dewan direksi, <i>leverage</i> dan persentase saham yang ditawarkan ke publik tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

No	Nama, tahun	Judul penelitian	Hasil penelitian
2.	Agustia (2013)	Pengaruh Faktor <i>Good Corporate Governance, Free Cash Flow</i> , dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa mekanisme <i>good corporate governance</i> yang diukur dengan ukuran komite audit, proporsi komite audit independen, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan <i>leverage</i> dan <i>Free Cash Flow</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.
3.	Jao dan Pagalung (2011)	<i>Corporate Governance</i> , Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur	Hasil penelitiannya adalah variabel <i>corporate governance</i> yang diukur dengan kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris independen dan jumlah pertemuan komite audit berpengaruh negatif signifikan sedangkan kepemilikan institusional dan ukuran dewan komisaris berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.
4.	Gunawan <i>et al.</i> (2015)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	Hasil penelitian menunjukkan secara parsial dan simultan ukuran perusahaan, profitabilitas dan <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

2.2 Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang, tujuan penelitian, tinjauan teoritis dan penelitian terdahulu sebagaimana yang telah diuraikan, maka peneliti membuat kerangka konseptual seperti gambar di bawah ini:



Sumber: Gunawan *et al.* (2015)

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

2.3 Hipotesis

Dari pengamatan yang dilakukan berdasarkan penelitian terdahulu tentang tema yang terkait dengan skripsi ini, maka hipotesis yang diajukan oleh penulis sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut.

1. H01 : *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
Ha1 : *leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
2. H02 : Ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
Ha2 : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
3. H03 : *Profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
Ha3 : *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba
4. H04 : *Leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap manajemen laba

Ha4 : *Leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan secara simultan terhadap manajemen laba

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba yaitu, *leverage*, ukuran perusahaan dan profitabilitas.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap perusahaan subsektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada tahun 2014 sampai 2017. Data penelitian diperoleh dari informasi yang ada pada situs resmi Bursa Efek Indonesia dengan alamat situs www.idx.co.id. Waktu penelitian dilakukan secara bertahap dimulai dari bulan Oktober 2018 sampai dengan bulan Mei 2019.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap yang biasanya berupa orang, objek, transaksi atau kejadian di mana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian (Kuncoro, 2013:21). Populasi yang digunakan

dalam penelitian ini adalah perusahaan subsektor tekstil dan garment yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) selama tahun 2013-2017 diperoleh jumlah populasi sebanyak 16 perusahaan.

3.3.2 Sampel

Menurut Kuncoro (2013:21) Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian.

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling. Menurut Kuncoro (2013:21) teknik purposive sampling yaitu teknik pengambilan sampel dengan pertimbangan dan kriteria tertentu. Adapun Kriteria yang harus peneliti tetapkan adalah sebagai berikut:

1. Sampel adalah perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017.
2. Mempublikasikan laporan keuangannya selama 5 tahun berturut-turut yaitu dari tahun 2013-2017.

Berdasarkan kriteria penentuan sampel yang telah ditentukan maka yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 5 perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2013-2017. Adapun perusahaan yang menjadi sampel yaitu :

Tabel 3.1
Nama Perusahaan Sampel Penelitian

No	Nama Perusahaan	Kode
1.	Indo Rama Sintetic Tbk	INDR
2.	Pan Brother Tbk	PBRX
3.	Star petrocem Tbk	STAR
4.	Trisula International Tbk	TRIS
5.	Nusantara Inti Corpora Tbk	UNIT

Sumber :www.sahamok.com, 2018

3.4 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang terdiri dari data angka dan masih perlu dianalisis kembali.

Sumber data yang digunakan di peroleh dari data adalah data sekunder, yaitu berupa laporan keuangan perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada tahun 2013 – 2017 untuk keperluan analisis data. Selain itu, peneliti juga mengumpulkan literatur-literatur sebagai landasan teori dan penelitian terdahulu dari buku, internet serta sumber data tertulis lainnya.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder, yaitu laporan keuangan tahunan yang dipublikasikan setiap tahun pada periode tahun 2013 - 2017. Pengumpulan data dilakukan dengan cara mengunduh laporan keuangan tahunan yang diterbitkan di Bursa Efek Indonesia (BEI) melalui situs www.idx.co.id.

3.6 Variabel Penelitian dan Metode Pengukuran

Definisi operasional terdiri dari *dependent variable* dan *independen variable*. Variabel dependen yaitu manajemen laba (Y). Variabel independen yaitu *leverage* (X1), ukuran perusahaan (X2) dan profitabilitas (X3). Definisi operasional dan metode pengukuran dijelaskan dibawah ini.

Tabel 3.1
Identifikasi Variabel penelitian

Variabel	Indikator	Skala Pengukuran
Leverage	$\text{Leverage} = \frac{\text{Total hutang}}{\text{Total aset}}$	Rasio
Ukuran perusahaan (X ₂)	$\text{Ukuran perusahaan} = \text{Ln Total aktiva}$	Rasio
Profitabilitas (X ₃)	$\text{ROE} = \frac{\text{Earning after interest and tax}}{\text{Equity}}$	Rasio
Manajemen laba (Y)	$\text{TA}_{it} = \text{NI}_{it} - \text{CFO}_{it}$	Rasio

Sumber : Efendi dan Wibowo, 2017

3.7 Metode Analisa Data

Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda (*multiple linear regression*). Model regresi berganda adalah model regresi yang memiliki lebih dari satu variabel independen. Syarat untuk melakukannya harus menempuh uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Uji asumsi

klasik menggunakan uji normalitas, multikolinieritas, heteroskedastisitas. Uji hipotesis menggunakan uji F, uji t dan uji residual.

3.7.1 Statistik Deskriptif

Statistik ini digunakan untuk memberikan gambaran umum untuk profil dari sampel. Penelitian ini menggunakan statistik deskriptif yang terdiri dari rata-rata, standar deviasi, minimum dan maksimum.

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian ini dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan grafik *normal probability plot*. Asumsi normalitas dengan analisis grafik dapat dipenuhi jika terdapat titik-titik yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonalnya.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat kolerasi antara variabel bebas (independen). Dalam model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi di antara variabel independen. Multikolinieritas dapat diketahui dengan beberapa cara salah satunya melihat nilai *tolerance* dan *variance* inflation factor (VIF) yang dihasilkan oleh variabel-variabel independen (Ghozali, 2011). Jika nilai *tolerance* $> 0,10$ dan VIF < 10 , maka dapat diartikan bahwa tidak terdapat multikolinieritas pada penelitian

tersebut. Dan sebaliknya jika *tolerance* < 0,10 dan *VIF* > 10, maka terjadi gangguan multikolinieritas (Ghozali, 2011).

3.7.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil dari regresi ini berupa koefisien yang dipilih dengan cara melakukan prediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan seperti di bawah ini:

$$Y = a + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + \beta_3x_3 + e$$

Di mana:

Y = Manajemen Laba

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = Koefisien Regresi

a = Konstanta

X1 = Leverage

X2 = Ukuran perusahaan

X3 = Profitabilitas

e = Kesalahan estimasi standar

3.7.4 Pengujian Hipotesis

1. Uji t

Ghozali (2011:23) menyatakan, uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara

individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t bertujuan untuk melihat pengaruh variabel bebas yaitu *Leverage* (X1), Ukuran Perusahaan (X2) dan profitabilitas (X3) secara parsial terhadap Manajemen Laba (Y).

Pada uji t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan nilai t tabel, dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- a. H0 diterima : Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ ($\text{sig} > 0.05$). Hal ini menunjukkan koefisien regresi tidak berpengaruh signifikan dan secara parsial variabel independen tersebut tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. H0 ditolak : Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($\text{sig} < 0.05$). Hal ini menunjukkan koefisien regresi berpengaruh signifikan dan secara parsial variabel independen tersebut berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

2. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimaksud dalam penelitian mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011:23). Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh *Leverage* (X1), Ukuran Perusahaan (X2) dan profitabilitas (X3) secara simultan terhadap variabel Manajemen Laba (Y) dengan tingkat keyakinan 95% ($\alpha = 5\%$). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi F pada output hasil regresi

menggunakan SPSS dengan nilai signifikansi 0,05. Dengan cara sebagai berikut:

- a. Bila $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau probabilitas $<$ nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Bila $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau probabilitas $>$ nilai signifikan ($Sig \leq 0,05$), maka hipotesis tidak dapat diterima, ini berarti bahwa secara simultan variabel independen tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel independen.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model (X) dalam menerangkan variasi variabel dependen (Y). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai (R^2) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat kecil.

Selanjutnya menurut Ghozali (2011:23) kelemahan pada uji adalah bias terhadap jumlah independen yang dimasukkan kedalam model. Setiap tambahan atau variabel, maka nilai akan meningkat tanpa mempertimbangkan apakah variabel independen tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, sehingga disarankan untuk menggunakan nilai *adjusted* pada saat mengevaluasi.