

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Salah satu bagian yang sangat berperan penting dalam pelaporan keuangan adalah laba rugi, yang juga merupakan faktor utama pada penggunaan laporan keuangan. Laba rugi memberikan kinerja baik atau buruknya kondisi keuangan pada suatu perusahaan atau organisasi dalam suatu periode yang tertentu. Nilai atas kinerja yang dilakukan perusahaan terlihat dari laporan laba atau rugi yang di hasilkan oleh laporan keuangan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu pelaporan laba rugi merupakan salah satu komponen dalam laporan keuangan yang sering terdapat kecurangan di dalamnya. Salah satu tindakan kecurangan yang di lakukan oleh para manajemen adalah memanipulasi laporan keuangan untuk memperoleh keuntungan sepihak dan merugikan investor dan kreditor maupun pihak lainnya.

Menurut Wirakusuma

“Manajemen laba adalah suatu proses yang disengaja, dengan batasan standar akuntansi keuangan untuk mengarahkan pelaporan laba pada tingkat suatu tertentu”.¹

¹ Wirakusuma, **Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktek Manajemen Laba** , E- Jurnal Akuntansi, Vol 14, Universitas Undayana, Bali, 2016. Hal. 1555-1583

Sedangkan menurut Sulistyanto

“Manajemen laba di definisikan sebagai upaya manajer untuk melakukan intervensi atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi keuangan”²

Manajemen laba dilakukan dengan pertimbangan manajer untuk merubah dan melaporkan laporan keuangan agar dapat menginformasikan gambaran perusahaan yang tidak sebenarnya dalam laporan keuangan perusahaan tersebut, dengan kata lain dengan memanipulasi jumlah laba yang di peroleh yang mempengaruhi keputusan ekonomi kepada investor dan kreditor atau pemangku kepentingan lainnya.

Perilaku manajemen laba adalah sebuah tindak kecurangan (*fraud*). Manajemen laba dikatakan sebagai tindakan kecurangan karna sifat manajemen laba adalah sifat oportunitis seorang manajer dalam memaikan angka – angka yang ada pada setiap komponen dalam laporan keuangan sesuai tujuan yang akan dicapai. Tindakan ini dilakukan dengan sengaja untuk mencapai keuntungan sepihak atau kepentingan pribadi. Seiring berjalannya waktu dalam bidang penelitian di akuntansi dalam meneliti mengenai manajemen laba terus berkembang. Penelitian tidak hanya berfokus kepada upaya untuk dapat mendeteksi bagaimana, dan keberadaan, juga konsekuensi dari manajemen laba, tetapi terus meluas menjadi penelitian untuk meneliti mengapa seorang manajer melakukan kegiatan rekayasa manajerial dan tujuan apa yang mendasari manajer dalam melakukan kegiatan manajemen.

² Sulistyanto, **Manajemen Laba (Teori dan Model Empiris)**, Grasindo, Jakarta, 2008, Hal 6

Dari beberapa kasus yang pernah beredar di masyarakat membuktikan terdapat perusahaan yang melakukan manajemen laba sehingga menyebabkan para investor terjebak pada situasi yang tidak menguntungkan. Beberapa contoh dari perusahaan adalah itu ialah PT. Kimia Farma Tbk yang melakukan manipulasi dalam prosedur akuntansi di bidang persediaan, produksi, penjualan, dan keuangan. Dalam kasus ini PT Kimia Farma Tbk melaporkan laba sebesar 132 milyar melalui hasil audit yang dilakukan oleh Hans Tuanakotta dan Mustofa (HTM), setelah pelaporan tersebut kementerian BUMN dan Bapepam menilai keuntungan dari hasil laporan tersebut terlalu besar dan tidak masuk akal sehingga dicurigai dilakukan secara rekayasa. Dari hal tersebut pengauditan ulang atau *restated* disajikan kembali dalam pengauditan ulang. Setelah audit kedua dilakukan ditemukan keuntungan yang ditemukan sebesar Rp 99,56 milyar atau lebih rendah dari pelaporan awal 32,6 milyar atau 24,7% dari laba awal yang dilaporkan.

Dari contoh kasus tersebut, kebanyakan faktor dan tujuan yang motivasi manajer dalam melakukan manajemen laba adalah untuk menunjukkan kualitas laba perusahaan dan beberapa faktor yang berpengaruh dalam melakukan tindakan manajemen laba adalah profitabilitas, nilai perusahaan, dan ukuran perusahaan. Profitabilitas memberikan informasi dalam kemampuan perusahaan untuk pengelolaan aset dalam memajemen laba pada satu waktu tertentu. Biasanya nilai profitabilitas suatu perusahaan dapat digunakan sebagai acuan dalam mengukur kinerja suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas pada suatu perusahaan

maka kinerja atau kemampuan pada suatu perusahaan dalam menghasilkan laba juga akan meningkat.

Dalam pertumbuhan industri dibidang otomotif dan komponen selama ini dilihat berkembang secara keseluruhan hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya perusahaan otomotif dan komponen yang sudah *go public* dan banyaknya tenaga kerja yang dibangun oleh perusahaan. Perusahaan manufaktur bidang otomotif dan komponen ini dianggap memiliki prospek kedepan di lihat dari perkembangan perekonomian di Indonesia. Keberadaan perusahaan otomotif dan komponen merupakan perusahaan industri yang menciptakan berbagai macam jenis barang terkait produksi yang berpengaruh diberbagai aspek kehidupan masyarakat di Indonesia. Dalam perkembangan sektor otomotif dan komponen ini juga mendukung terjadinya manajemen laba dilakukan dikarenakan ada beberapa faktor yang mendukung dalam dilakukannya manajemen laba sehingga peneliti ingin menganalisa apakah faktor yang ada sesuai untuk dilakukannya manajemen laba pada sektor otomotif dan komponen.

Dalam hal ini secara tidak langsung menunjukan situasi perusahaan yang cukup kompleks sehingga struktur perusahaan, struktur organisasi, dan struktur modal menjadi rumit dibandingkan perusahaan lain pada umumnya, dengan mekanisme perusahaan yang rumit tersebut menyebabkan pengolahan informasi, produksi, serta operasional perusahaan dimulai dari awal hingga akhir dan pengelolaan harus bersifat sistematis. Dalam penelitian Juniarti (2014) mengemukakan bahwa dalam tingkat

profitabilitas memberikan dampak kepada serius dalam manajemen laba ini dikarenakan investor harus melihat informasi *Return on Assets* (ROA) sehingga mengabaikan profitabilitas dalam penganalisaannya. Profitabilitas memberikan dampak positif dalam manajemen laba dikarenakan perusahaan yang memiliki profitabilitas tinggi cenderung akan melakukan strategi laba ditahan sehingga sangat berdampak kepada manajemen laba. Manajemen laba dilakukan sebagai gambaran kedepan mengenai perhitungan laba yang akan diperoleh dimasa yang akan datang. Profitabilitas juga memberikan dampak negatif pada manajemen laba pada saat keuntungan yang diperoleh oleh suatu perusahaan menurun akibat beban yang meningkat dan strategi dalam menjaga investor maka perusahaan cenderung terdorong untuk melakukan peningkatan pada manajemen laba agar kondisi laporan keuangan tetap terlihat baik. Pada kondisi lain ketika keuntungan perusahaan meningkat menyebabkan perusahaan akan melakukan aktivitas penekanan praktik manajemen laba agar mengurangi pandangan publik pada perusahaan agar tidak menunjukkan pada tindak kecurangan.

Nilai perusahaan dapat dilihat dari nilai pasar dan nilai buku dari ekuitasnya. Nilai buku merupakan nilai dari kekayaan, hutang, dan ekuitas perusahaan berdasarkan hasil pencatatan historis. Sedangkan nilai pasar merupakan persepsi pasar yang berasal dari investor, kreditor, dan *skateholder* lain terhadap kondisi perusahaan dan biasanya tercermin dari nilai pasar saham perusahaan. Selain itu, suatu perusahaan dapat dikatakan memiliki nilai yang baik jika perusahaan memiliki

kinerja perusahaan yang baik juga. Nilai perusahaan tercermin dari harga sahamnya, jika harga saham perusahaan tinggi maka dapat disimpulkan nilai perusahaan juga baik. Nilai perusahaan dapat ditingkatkan melalui kinerja perusahaan. Salah satunya dengan cara menetapkan praktik *corporate governance*.

Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan di tunjuk dari nilai aset, jumlah penjualan, rata rata total penjualan, dan rata rata total aktiva. Perusahaan besar akan mendapat perhatian lebih dari pihak eksternal seperti investor, kreditor, maupun pemerintah. Maka dari itu perusahaan yang dengan ukuran besar akan lebih berhati hati dalam melaporkan kondisi keuangannya, sedangkan perusahaan yang berukuran kecil cenderung melakukan manajemen laba yang lebih besar untuk menunjukkan kinerja keuangan yang lebih baik dan memuaskan.

Prambudi dan Sumantri menyatakan

“Terdapat pengaruh yang signifikan antara ukuran perusahaan dan manajemen laba”,³

sedangkan menurut Nasution (2007) menyatakan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh kepada manajemen laba. Ukuran perusahaan berdampak negatif pada manajemen laba yang disebabkan pengaruh penilaian pihak luar yang dijadikan pertimbangan oleh perusahaan sehingga semakin besar ukuran perusahaan maka semakin minim pula praktek manajemen laba untuk menjaga nama baik perusahaan.

³ Prambudi dan Sumantri, **Kualitas Audit, Ukuran Persahaan dan Leverage Terhadap Manajemen Laba**, Mataram Lombok, 2014, Hal. 24

Menurut Aji ukuran perusahaan berdampak positif terhadap manajemen laba dan menurut Juniarti perhitungan ukuran perusahaan berdasarkan pada total aset perusahaan dan pada umumnya perusahaan besar memiliki dorongan yang besar pula untuk melakukan manajemen laba dibandingkan perusahaan perusahaan kecil. Perusahaan dengan ukuran besar kemungkinan melakukan praktek pemerataan laba untuk mengurangi flaktuasi laba yang besar. Hal ini dilakukan dikarenakan fluktuasi laba yang besar menunjukkan resiko yang besar dalam investasi sehingga dapat mempengaruhi kepercayaan investor terhadap perusahaan.

Berdasarkan uraian latar belakang yang disampaikan, penulis tertarik dalam mengkaji lagi hubungan antara profitabilitas, leverage, nilai perusahaan, dan ukuran perusaha dengan praktik manajemen laba yang di lakukan perusahaan, maka dari itu penulis menulis penelitian ini dengan judul **“Analisis Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif yang Terdaftar di BEI Tahun 2017 – 2020”**.

1.2 Rumusan Masalah

Agar pembahasan ini tidak keluar dari hal yang dibahas dan diluar dari latar belakang yang disampaikan peneliti sebelumnya, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah

1. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba dalam laporan keuangan?
2. Apakah nilai perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba dalam laporan keuangan?
3. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba dalam laporan keuangan?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang yang di uraikan sebelumnya maka dari itu tujuan penelitian yang di lakukan penulis adalah

1. Untuk memperoleh bukti empiris seberapa besar pengaruh profitabilitas terhadap manajemen laba
2. Untuk memperoleh bukti empiris seberapa besar pengaruh nilai perusahaan terhadap manajemen laba
3. Untuk memperoleh bukti empiris seberapa besar pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah di sampaikan oleh peneliti sebelumnya, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pemangku kepentingan antara lain

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai media untuk pembelajaran dalam memecahkan permasalahan secara ilmiah dan penerapan ilmu serta teori yang diperoleh selama proses perkuliahan. Selain itu penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan dibidang akuntansi, dan dapat dijadikan sebagai bahan acuan untuk melaksanakan penelitian berikutnya

2. Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis dalam penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi pihak – pihak yang memiliki kepentingan dan tujuan pada suatu perusahaan antara lain :

a. Investor

Bagi investor, hasil penelitian ini diharapkan menjadi pengetahuan luas dalam membaca informasi dalam laporan keuangan untuk melihat dan menganalisa adanya praktik manajemen laba

b. Manajemen Perusahaan

Bagi manajemen perusahaan, harapannya hasil penelitian ini menjadi acuan untuk menghindari tindakan manajemen laba dan untuk memenuhi kewajiban manajemen dalam mengungkapkan informasi sebenarnya kepada pemangku kepentingan.

c. Pembaca

Bagi pembaca dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan referensi atau pedoman dalam penulisan karya ilmiah tentang manajemen laba

d. Universitas HKBP Nommensen

Bagi Universitas HKBP Nommensen penelitian ini diharapkan menjadi pedoman Mahasiswa/i untuk melakukan penelitian berikutnya.

BAB II

Landasan Teoritis

2.1 Teori Keagenan

Teori keagenan dipopulerkan pertamakali oleh Jansen dan Mecklin pada tahun 1976, mereka menjelaskan mengenai hubungan keagenan didalam teori keagenan perusahaan atau yang biasa disebut dengan kumpulan kontak (*nexus of contact*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*Principal*) yang mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada agen. Dalam hal ini, agen di pekerjakan untuk melakukan tugas dalam memenuhi kebutuhan prinsipel, termasuk dalam pendelegasian otorisasi, dan pengambilan keputusan dari prinsipel kepada agen.

Perbedaan kepentingan antara agent dan principal yang bertolak belakang sering menimbulkan permasalahan dan konflik yang disebut sebagai masalah keagenan (*agency problem*). Masalah keagenan muncul karna adanya perbedaan informasi yang di miliki manajer sebagai (*agent*) dan pemegang saham (*principal*). Teori keagenan muncul ketika pemilik perusahaan (*Principal*) tidak mampu mengelola perusahaan nya sendiri, sehingga pemilik harus melakukan kontrak dengan para manajer (*agent*) untuk mengelola perusahaan.

Dalam teori keagenan (*agency theory*) manajemen memiliki informasi yang lebih lengkap mengenai perusahaan dibandingkan pemilik perusahaan sehingga tidak

jarang manajemen terdorong melakukan tindakan yang dapat memaksimalkan keuntungan untuk kepentingan sendiri (*dysfunctional behaviour*). Kecenderungan untuk memperhatikan kondisi laba perusahaan telah disadari oleh manajemen, khususnya yang menyangkut kinerjanya yang diukur dalam informasi yang disediakan sehingga terdorong terjadinya berbagai penyimpangan. Dalam hal pendelegasian biaya agensi Jansen mendefinisikan terdapat tiga jenis pendelegasian biaya yaitu :

1. **Biaya monitoring (*monitoring cost*)**, pengeluaran biaya yang dirancang untuk mengawasi aktivitas – aktivitas yang dilakukan oleh agen
2. **Biaya bonding (*bonding cost*)** menjamin bahwa agen tidak akan bertindak yang dapat merugikan prinsipel, atau meyakinkan bahwa prinsipel akan memberikan kompensasi jika agen benar – benar melakukan tindakan yang tepat
3. **Kerugian residual (*residual cost*)**, merupakan nilai uang yang ekuivalen dengan pengurangan kemakmuran yang dialami oleh prinsipel sebagai akibat dari perbedaan kepentingan.⁴

Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) berkaitan dengan bagaimana membuat para investor yakin bahwa manajer akan memberikan keuntungan bagi investor, dan berkeyakinan bahwa manajer tidak akan menggelapkan ataupun menginvestasikan ke dalam proyek – proyek yang tidak menguntungkan. Dalam mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) ini adalah salah satu alat untuk mengawasi dan mengendalikan kinerja manajemen yang bertujuan untuk mengawasi dan mengendalikan kinerja perusahaan yang bertujuan untuk mencapai tujuan perusahaan. Mekanisme *Good Corporate Governance* (GCG) adalah konsep yang

⁴ Jansen and Meckling, **Theory of The Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure**, Journal of Financial Economics, vol 3, University of Rochester, Rochester New York, 1976, Hal. 307

didasarkan pada teori keagenan (*agency theory*) yang berfungsi sebagai alat untuk memberikan keyakinan kepada investor bahwa mereka akan menerima keuntungan (*return*) atas dana yang mereka investasikan.

2.2 Manajemen Laba

Manajemen laba adalah keterlibatan manajemen dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk menguntungkan diri sendiri. Manajemen laba merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan, manajemen laba menambah permasalahan dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba dari hasil rekayasa tersebut sebagai angka laba tanpa rekayasa. Menurut Sugiri mengelompokan definisi manajemen laba kedalam dua yaitu

1. Definisi sempit

Manajemen laba dalam hal ini hanya berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Manajemen laba dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajer untuk “bermain” dengan komponen *discretionary accruals* dalam menentukan besarnya laba.

2. Definisi luas

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut⁵.

⁵ Sugiri, *Earnings Management: Teori, Model, dan Bukti Empiris*, Telaah, Yogyakarta, 1998, Hal. 83

Menurut Shcipper, manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal, untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi.

2.2.1 Dasar Manajemen Laba

Manajemen laba tidak lagi menjadi suatu topik yang hangat dalam sebuah perusahaan, bahkan dalam akuntansi internasional manajemen laba telah menjadi sebuah budaya dan kebiasaan dalam setiap perusahaan. Dalam hal ini sering dilakukan oleh manajer karena menginginkan tujuan tersendiri secara pribadi didalam proses pelaporan keuangan, dalam memanfaatkan kemampuan dalam memilih metode akuntansi untuk proses menyusun laporan keuangan. Praktik pada manajemen laba seperti ini merupakan suatu bentuk tindakan yang tidak etis dan dapat merugikan investor dan pemangku kepentingan, karena dengan secara sengaja manajemen memberikan informasi laporan keuangan yang tidak transparan dan akuntabel yang menyebabkan angka angka dalam laporan keuangan tidak *real* dengan yang sebenarnya.

Qurba menyatakan alasan mengapa dilakukan manajemen laba yaitu :

- 1. Dapat meningkatkan kepercayaan pemegang saham terhadapmanajer**
- 2. Dapat memperbaiki hubungan dengan pihak kreditor. Perusahaan yang mengalami kerugian atau tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya, perusahaan menghindarinya**

dengan membuat kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan maupun laba

3. **Dapat menarik minat investor untuk berinvestasi terutama pada perusahaan yang *go public*.**⁶

Dalam perilaku yang mendasari manajer melakukan tindakan dalam memajemen laba menurut Scott yaitu :

1. **Perilaku Oportunistik Manajer memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, hutang dan *political cost*. Perilaku Oportunistik Manajer memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, hutang dan *political cost*.**
2. ***Efficient Contracting Manager* dalam meningkatkan kualitas informasi pada laba dalam mengkomunikasikan informasi privat.**⁷

Berdasarkan pada perilaku tersebut manajemen laba memberikan cara penyesuaian kepada manajer dalam mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan untuk mengantisipasi kejadian kejadian yang tak terduga dan keuntungan pihak – pihak yang terlibat dalam kontrak atau perjanjian. Tindakan manajemen laba muncul sebagai tanda adanya masalah keagenan yang terjadi dikarena terdapat ketidakselarasan kepentingan antara pemegang saham (*principal*) dan manajemen perusahaan (*agent*). Manajemen dapat meningkatkan nilai perusahaan melalui pengungkapan informasi tambahan yang di tambahkan ke dalam laporan keuangan yang akan dilaporkan kepada pemegang saham. Akan tetapi, peningkatan pengungkapan pada laporan keuangan akan mengganggu keseimbangan informasi atau asimetri sehingga kesempatan bagi manajemen untuk melakukan tindakan

⁶ Hwihanus dan Hambu Qurba, **Faktor-Faktor yang mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan Industri yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia**, Ekonomi dan Bisnis, vol 14, Hal. 16

⁷ Scott, *Financial Accounting Theory*, Edisi Pertama, Prentice Hall, Canada, 2000, Hal. 207

manajemen laba menjadi semakin kecil. Tujuan utama yang dilakukan pada tindakan praktik manajemen laba adalah untuk mengelabui atau mengecoh bagi pengguna informasi keuangan dan untuk mempengaruhi kontrak perjanjian yang akan dilakukan oleh perusahaan. Manajemen laba sebagai suatu proses mengambil langkah yang disengaja dan sadar dalam batas prinsip akuntansi yang berterima umum baik didalam maupun diluar batas *General Accepted Accounting Principal* (GAAP). Manajemen laba adalah salah satu perilaku manajer untuk bermain pada komponen discretionary accrual untuk menentukan nilai besarnya laba.

2.2.2 Motivasi Manajemen Laba

Manajemen laba dilakukan oleh manajer dengan merekayasa laba perusahaannya menjadi lebih tinggi, rendah ataupun selalu sama selama beberapa periode. Manajer tentunya mempunyai alasan dan motivasi mengapa mereka melakukan praktik manajemen laba. Menurut Scott beberapa faktor yang dapat memotivasi manajer melakukan manajemen laba adalah sebagai berikut:

- 1. Skema Bonus (*Bonus Scheme*)** Manajer yang mendapatkan skema bonus akan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang akan mengoptimalkan bonus yang mereka dapatkan. Manajer akan cenderung memilih kebijakan akuntansi yang memaksimalkan pendapatan dan meminimalkan beban masa kini perusahaan untuk mencapai laba yang ditargetkan dalam skema bonus.
- 2. Motivasi Kontraktual Lainnya (*Debt Covenant*)** Salah satu kontrak yang dimiliki perusahaan adalah kontrak hutang jangka panjang (*Debt Covenant*). Perjanjian hutang jangka

panjang ini mendorong manajer untuk melakukan manajemen laba agar laba yang dihasilkan perusahaan maupun kas yang tersedia dari perusahaan mencukupi untuk membayar bunga dan principal kepada kreditur.

3. **Motivasi Politik (*Political Motivations*)** Aspek politis tidak dapat dilepaskan dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan strategis yang aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak. Perusahaan yang melibatkan hajat hidup orang banyak secara politis akan mendapat perhatian dari pemerintah dan masyarakat. Perusahaan seperti ini cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, khususnya selama periode kemakmuran.
4. **Motivasi Perpajakan (*Taxation Motivation*)** Perpajakan merupakan salah satu alasan utama bagi perusahaan dalam melakukan manajemen laba. Perusahaan melakukan manajemen laba untuk menurunkan laba sebelum pajak yang dilaporkan dalam laporan keuangan supaya beban pajak yang ditanggung oleh perusahaan menjadi lebih kecil.
5. **Pergantian *Chief Executive Officer* (CEO) *Chief Executive Officer* (CEO)** yang mendekati masa akhir pensiun akan melakukan manajemen laba yang mampu meningkatkan laba perusahaan untuk meningkatkan bonusnya. Demikian juga *Chief Executive Officer* (CEO) yang memiliki kinerja yang kurang baik akan cenderung memaksimalkan laba untuk mencegah pemecatan terhadap dirinya. Namun berbeda pada *Chief Executive Officer* (CEO) baru yang ditunjuk untuk menggantikan *Chief Executive Officer* (CEO) yang lama. *Chief Executive Officer* (CEO) baru akan cenderung melakukan *take a bath* dengan mengakui beban lebih tinggi di periode sekarang untuk meningkatkan kemungkinan laba yang lebih tinggi pada periode selanjutnya.
6. ***Initial Public Offerings* (IPO)** Ketika perusahaan melakukan *Initial Public Offerings* (IPO), Perusahaan belum mempunyai nilai pasar. Salah satu cara untuk melihat nilai perusahaan adalah dari informasi keuangan yang ada di dalam prospektus sebagai sumber informasi yang penting. Informasi yang didapat dari prospektus ini digunakan sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai perusahaan. Hal ini memotivasi perusahaan untuk melakukan manajemen laba yang

meningkatkan laba yang dilaporkan agar kinerja keuangan perusahaan terlihat lebih baik.⁸

2.3 Profitabilitas

Profitabilitas merupakan analisis gambaran yang dijadikan oleh para investor untuk mengetahui sehat atau tidaknya kondisi suatu perusahaan dan juga menjadi acuan dalam pengambilan keputusan investasi kedepannya. Menurut Kasmir **Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari usahanya⁹.**

Tingkat profitabilitas yang tinggi menjadikan kinerja perusahaan yang baik dan pengawasan berjalan dengan baik. Artinya, profitabilitas dapat menunjukkan kemampuan manajemen dalam memperoleh laba dengan mengelola aset – aset yang digunakan dalam setiap kegiatan operasi. Namun, pada profitabilitas ini mempengaruhi manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba karena jika profitabilitas yang didapat perusahaan rendah atau menurun maka pada umumnya manajer akan termotivasi melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerja perusahaan. Rasio profitabilitas menurut Thomas penyajian kemampuan perusahaan menerjemahkan penjualan dalam rupiah menjadi laba pada pengukuran yang berbeda. Perhitungan rasio profitabilitas terdiri atas :

⁸ Scott, 2000, **Op.Cit**, Hal. 209

⁹ Kasmir, **Analisis Laporan Keuangan**, Edisi Satu, Cetakan Kedelapan : Rajawali Pers, Jakarta, 2018, Hal. 196

1. ***Return on Total Assets (ROA)*** atau ***Return on Investment (ROI)*** menggambarkan jumlah laba yang diperoleh secara relatif terhadap tingkat investasi dalam total aset.
2. ***Return on Equity (ROE)***, menunjukkan pengembalian atas pemegang saham biasa dan dikalkulasi sebagai pengembalian atas ekuitas saham biasa jika perusahaan memiliki saham preferen yang beredar.¹⁰

Menurut mengemukakan bahwa

“Rasio profitabilitas adalah untuk mengukur keefektifitas manajemen secara keseluruhan yang ditunjukan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi”¹¹

Ratio profitabilitas ini mengukur keefektifitasan manajemen berdasarkan pada hasil pengembalian yang diperoleh dari hasil penjualan dan investasi. Menurut Untung

“Rasio profitabilitas bertujuan untuk mengukur efektivitas manajemen yang tercermin pada imbalan atau hasil investasi melalui kegiatan perusahaan atau dengan kata lain mengukur kinerja perusahaan secara keseluruhan dan efisiensi dalam pengelolaan kewajiban dan modal”¹²

Profitabilitas mempunyai arti penting dalam usaha untuk mempertahankan keberlangsungan hidup pada suatu perusahaan dalam jangka panjang, karena profitabilitas menunjukkan apakah suatu usaha tersebut mempunyai prospek yang baik di masa depan. Dengan demikian setiap badan usaha atau perusahaan akan semakin berusaha meningkatkan profitabilitasnya, karena semakin tinggi tingkatan

¹⁰ Sumarsan, Thomas, **Akuntansi Dasar dan Aplikasi dalam Bisnis Versi IFRS**, Edisi dua :Indeks, Jakarta, 2018, Hal. 183

¹¹ Ibnu Sutomo, **Abalisis Rasio Profitabilitas Untuk Menilai Kinerja Keuangan pada PT Niagaraya kreasi Lestari Banjarbaru** , STIE Pancasetia Banjarmasin, 2014. Hal.3

¹² Arief Sugiono dan Edi Untung, **Analsa Laporan Keuangan** : Gramedia, Jakarta, 2016, hal 66

profitabilitas suatu badan usaha atau perusahaan maka kelangsungan hidup badan usaha tersebut akan lebih panjang dan terjamin.

Terkait dalam perataan laba yang merupakan salah satu bentuk dari manajemen laba. Manajer cenderung termotivasi untuk melakukan aktivitas ini. karena dengan laba yang rendah atau bahkan defisit akan memperburuk kinerja manajer di mata pemilik atau investor dan nantinya dan juga akan memperburuk pandangan kualitas perusahaan di mata publik. Dalam keterkaitannya dengan manajemen laba (*earning management*), profitabilitas dapat mempegaruhi manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba. Karena jika profitabilitas yang didapat perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya di mata pemilik atau investor. Hal ini berkaitan erat dengan usaha manajer untuk menampilkan performa terbaik dari perusahaan yang dipimpinnya

2.3.1 Tujuan Profitabilitas

Tujuan utama yang diinginkan suatu perusahaan yang paling penting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, dengan mendapatkan laba maksimal seperti yang telah ditargetkan, perusahaan bisa memberikan manfaat lebih untuk kesejahteraan pemilik, karyawan, dan investor

Selain itu menurut Kasmir, tujuan rasio profitabilitas bagi pihak internal perusahaan dan bagi pihak luar perusahaan:

1. Untuk mengetahui besaran laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu.
2. Untuk membandingkan posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang.
3. Untuk mengukur perkembangan laba dari waktu ke waktu
4. Untuk mengukur besarnya laba bersih setelah pajak dengan modal sendiri.
5. Untuk menilai kinerja setiap karyawan dalam melakukan pekerjaannya
6. Untuk menilai produktivitas seluruh dana perusahaan yang dipakai berupa modal pinjaman maupun modal sendiri.
7. Untuk mengevaluasi perkembangan atau kemunduran kinerja perusahaan sehingga bisa dilakukan upaya agar masalah yang terjadi tidak berlarut-larut.
8. Untuk mengukur kemampuan perusahaadalam memperoleh laba melalui seluruh kemampuan dan sumber yang ada seperti kegiatan penjualan, kas, modal, jumlah karyawan, jumlah cabang, dan unsur – unsur laporan keuanngan.
9. Untuk menggambarkan tentang tingkat efektivitas manajemen dalam melaksanakan kegiatan operasional.¹³

Oleh karena itu peningkatan profitabilitas sangatlah penting bagi perusahaan untuk melangsungkan hidupnya maka para manajemen dalam perusahaan juga harus

¹³ Kasmir,2014,Op.Cit. Hal.203

mampu memuhi target guna mencapai profitabilitas yang diharapkan oleh pihak internal perusahaan.

2.3.2 Manfaat Profitabilitas

Manfaat yang diperoleh pihak eksternal pada perusahaan dalam profitabilitas, terutama yang berhubungan atau memiliki kepentingan dengan perusahaan atau pemangku kepentingan, antara lain:

1. Memperoleh prediksi tentang tingkatan laba yang diperoleh oleh perusahaan dalam satu periode atau satu tahun
2. Kondisi laba perusahaan dari periode tahun sebelumnya dengan tahun yang akan datang bisa dianalisa dan dievaluasi oleh investor.
3. Mendapat suatu gambaran mengenai laba bersih setelah pajak dengan modal investor sendiri.

Menurut Kasmir manfaat profitabilitas yang berpengaruh sebagai penilaian bagi pemangku kepentingan adalah

- 1. Mengetahui posisi laba perusahaan sebelumnya dibandingkan dengan tahun sekarang.**
- 2. Mengetahui pertumbuhan laba dari waktu ke waktu.**
- 3. Meninformasikan jumlah laba bersih perusahaan setelah di potong pajak.**

4. Mengetahui produktivitas semua dana milik perusahaan yang digunakan baik dari modal pinjaman maupun modal sendiri¹⁴

2.3.3 Return on Assets

Return on Assets (ROA) menentukan seberapa banyak perusahaan yang telah mendapatkan hasil atau nilai dari jumlah keuangan yang ditanamkan oleh perusahaan. *Return on Asset* (ROA) merupakan salah satu rasio profitabilitas yang dapat mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktiva yang digunakan. *Return on Asset* (ROA) dipilih sebagai indikator pengukur kinerja keuangan, karena *Return on Asset* (ROA) digunakan untuk mengukur nilai efektifitas pada suatu perusahaan dalam memperoleh laba dengan memanfaatkan aktiva yang diperoleh perusahaan. Return on Asset adalah perbandingan antara laba bersih dengan total asset yang dimiliki perusahaan. Semakin besar *Return on Assets* (ROA) suatu perusahaan, semakin besar pula tingkat keuntungan yang dicapai perusahaan tersebut dan semakin baik pula posisi perusahaan tersebut dari segi penggunaan aset. *Return on Asset* (ROA) yang positif menunjukkan bahwa dari total asset yang dipergunakan untuk beroperasi, perusahaan dapat memberikan laba bagi perusahaan jika nilai *Return on Assets* (ROA) positif. Sebaliknya apabila *Return on Asset* (ROA) yang negatif disebabkan laba perusahaan dalam kondisi negatif pula atau rugi, hal ini

¹⁴ Kasmir,2014.**Op.Cit.** hal.204

menunjukkan kemampuan dari modal yang diinvestasikan secara keseluruhan belum mampu untuk menghasilkan laba.

2.4 Nilai Perusahaan

Salah satu tujuan dari perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Nilai perusahaan merupakan nilai yang menggambarkan berapa harga yang akan dibayar oleh investor untuk suatu perusahaan.

Menurut Sugiarto.

“Nilai perusahaan yang meningkat dapat menunjukkan peningkatan kemakmuran bagi pemegang saham dan juga dapat meningkatkan minat investor untuk menanamkan modalnya dalam suatu perusahaan”¹⁵.

Dalam penjelasan ini Sugiarto juga mengemukakan

“Nilai perusahaan yang baik juga tercermin dari harga saham perusahaan yang meningkat”¹⁶.

Terdapat beberapa konsep dalam mendeteksi Nilai Perusahaan : *nominal value*, *market value*, *intrinsic value*, *book value*, dan *liquidation value*. Pada penilaian, disimpulkan bahwa konsep yang paling baik untuk mengetahui Nilai

¹⁵ Melanie Sugiarto, “Pengaruh Struktur Kepemilikan dan Kebijakan Deviden Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Hutang Sebagai Intervening”, Jurnal Aktuntansi Kontemporer, Surabaya, Hal 1-13

¹⁶ Sugiarto, 2011. **Op.Cit.** Hal.4

Perusahaan adalah dengan cara *intrinsic value* meskipun dalam mendeteksi *intrinsic value* tidaklah mudah karena dalam mendeteksi *intrinsic value* diperlukan analisa terhadap variabel signifikan agar dapat menginformasikan profitabilitas dari sebuah perusahaan. Variabel ini di lihat berbeda dari satu perusahaan terhadap perusahaan lain. Maka dari itu, setiap peneliti biasanya menggunakan *market value* atau *firm's market value* untuk mengetahui dan mendeteksi Nilai Perusahaan karena kemudahannya dalam mengakses data. Tingginya Nilai Perusahaan pada suatu perusahaan dapat menarik keinginan investor untuk menanamkan modal terhadap suatu perusahaan

menurut Haruman

“Para investor cenderung lebih tertarik menginvestasikan uang mereka apabila perusahaan tersebut memiliki *return* yang baik dan profit yang dapat menjadi keuntungan bagi pemegang saham”.¹⁷

Investor juga cenderung mencari dan juga rela untuk membayar harga yang tinggi kepada perusahaan yang memiliki untuk menghasilkan pendapatan yang stabil dengan memakai *cash flow*, sementara menurut Charless W mengemukakan dikarenakan perusahaan tersebut memiliki dampak yang baik bagi *share price*. Bagi perusahaan sendiri, tingginya *share price* akan meningkatkan *market valuation* dan menurunkan *cost of capital* serta dapat menambahkan keuntungan pribadi. Dividen juga merupakan faktor yang dilihat bagi investor sebelum berinvestasi terhadap suatu

¹⁷ Haruman T, **Struktur Kepemilikan, Keputusan Keuangan dan Nilai Perusahaan**, *Finance and Banking Journal*, 2008.Hal.150-165

perusahaan. Bagi kebanyakan investor, dividen berperan penting sebagai salah satu sumber pendapatan dari hasil investasi. Dividen juga merupakan salah satu indikator dalam melihat kesuksesan perusahaan. Dividen didapat dari *retained earnings* perusahaan, maka dari itu hanya perusahaan yang memiliki profitabilitas yang stabil dan konsisten yang dapat membagikan dividennya dengan baik. Ketika perusahaan menampilkan nilai dari *historical dividend* mereka, maka investor cenderung tertarik terhadap perusahaan tersebut. Salah satu cara untuk mengukur kinerja perusahaan adalah dengan menganalisa laporan keuangan. Namun meskipun menganalisa laporan keuangan bersifat internal. Media lain untuk mengukur kinerja dari perusahaan adalah dengan melihat *firm's market value* atau kinerja pasar dari perusahaan tersebut. Hal ini bersifat *eksternal* karena kita berbicara mengenai pasar seperti harga saham, tingkat pengembalian saham, dan lain – lain. Hal ini memungkinkan semua orang dapat melihat dengan jelas kondisi perusahaan tersebut. Indikator untuk melihat Nilai Perusahaan dapat diukur dengan menggunakan *Price to Book value* (PBV).

2.5 Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah suatu skala yang dapat diklasifikasikan besar atau kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan tingkat besar

(*large firm*), perusahaan tingkat menengah (*medium size*), dan perusahaan tingkat kecil (*small firm*).

menurut Brigham dalam buku manajemen keuangan

“Ukuran perusahaan yaitu rata – rata total penjualan bersih untuk tahun yang bersangkutan sampai beberapa tahun”¹⁸.

Dalam pemahaman tersebut penjualan yang lebih besar dari pada biaya variable dan biaya tetap, akan diperoleh jumlah pendapatan sebelum pajak. Demikian sebaliknya jika penjualan ternyata lebih kecil dari pada biaya variable dan biaya tetap maka perusahaan akan mengalami kerugian. Perusahaan-perusahaan yang besar lebih cenderung memiliki motivasi yang lebih besar untuk melakukan manajemen laba jika dibandingkan dengan perusahaan yang relatif kecil, karena dalam hal ini memiliki biaya politik lebih besar. Hal ini dapat dilihat dari hipotesis biaya proses politik. Dalam hal yang sama semakin besar biaya politik perusahaan, semakin mungkin manajer perusahaan untuk memilih prosedur akuntansi untuk mengundur laporan laba rugi periode sekarang ke periode mendatang. Biaya politik ada dikarenakan tingkat profitabilitas perusahaan yang tinggi sehingga memungkinkan menarik perhatian media dan konsumen. Perusahaan dengan tingkat besar memiliki tujuan dalam melakukan aktivitas manajemen laba dengan menurunkan laba untuk menurunkan biaya politiknya. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersampai kepada

¹⁸ Brigham, *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Selemba Empat, Jakarta. 2006. Hal. 35

investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam saham perusahaan tersebut semakin banyak. Manajer memiliki kriteria dalam pemilihan metode akuntansi dan penggunaan diskresi untuk menurunkan laba dan risiko politik. Proses politik menimbulkan biaya bagi perusahaan atau industri yang diyakini memperoleh keuntungan dari publik atau memperoleh laba yang sangat tinggi. Laba sangat tinggi ini mengakibatkan perusahaan ditekan agar menurunkan harga jual atau pemerintah meregulasi harga. Ukuran perusahaan dapat mempengaruhi manajemen laba yang dimana semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar pula kesempatan untuk melakukan manajemen laba guna memenuhi tuntutan ekspektasi investor yang tinggi. Menurut Restuwulan ukuran perusahaan yang biasa dipakai untuk menentukan tingkat perusahaan adalah:

1. **Tenaga kerja, merupakan jumlah pegawai tetap dan kontraktor yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.**
2. **Tingkat penjualan, merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.**
3. **Total utang ditambah dengan nilai pasar saham biasa, merupakan jumlah utang dan nilai pasar saham biasa perusahaan pada saat atau suatu tanggal tertentu.**
4. **Total aset, merupakan keseluruhan aset yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu¹⁹**

¹⁹ Restuwulan, **Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba**, Univesitas Widyatama, 2013, Bandung, Hal. 34

Sedangkan menurut Ross dan Zimmerman dalam buku *Positive Accounting Theory* menyatakan bahwa :

“Ukuran perusahaan digunakan sebagai pedoman biaya politik dimana biaya politik akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran dan risiko perusahaan”.²⁰

Dalam teori ini dijelaskan bahwa perusahaan besar mempunyai motivasi melakukan manajemen laba dengan menurunkan laba guna mengurangi biaya politik. Sebaliknya terjadi bagi perusahaan kecil yang berupaya menampilkan laba yang lebih baik.

2.6 Penelitian Terdahulu

Dari berbagai penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya terkait faktor yang mempengaruhi manajemen laba peneliti mendapatkan hasil penelitian terdahulu sebagai berikut pada tabel 2.1

²⁰ Ross Watt and Jerold Zimmerman, *“Positive Accounting Theory” : A Ten Year Perspective, America, 1990, Hal. 131*

Tabel 2.1

Penelitian Terdahulu

NO	Judul dan Peneliti	Variabel Peneliti	Hasil Penelitian
1	Syarifah Rabi'ah Andawiyah 2016 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (Periode 2010-2015)	Variabel Dependen : *Manajemen Laba Variabel Independen: * <i>Return on Asset</i> (ROA) * Kepemilikan Insitutional * Persentase Saham Publik * Dewan Komisaris * Komite Audit * <i>Lverage</i>	* <i>Return on Asset</i> (ROA) berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba *Kepemilikan Institutional tidak adanya pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba *Dewan Komisaris tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba *Komite Audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba * <i>Lverage</i> berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba
2	Alfino Bagus Pradana 2018 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan <i>Go Public</i> Sektor Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Dependen : * Manajemen Laba Variabel Independen: * <i>Financial Distress</i> * Dewan Komisaris * Profitabilitas * <i>Lverage</i> * Kepemilikan Manejer *Kepemilikan Institutional * Asimetri Informasi	* <i>Financial Distress</i> tidak berpengaruh secara signifikan terhadap manajemen laba * Dewan komisaris independen berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba * ROA berpengaruh positif secara signifikan terhadap manajemen laba * <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba * kepemilikan manajer berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Setiap naiknya nilai koefisien kepemilikan manajer maka akan meningkatkan manajemen laba
3	Sesti Yurfitasari 2015 Analisi Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di	Variabel Dependen * Manajemen Laba Variabel Independen *Kepemilikan Manajerial	*kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. *Kepemilikan

	Bursa Efek Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> *Kepemilikan Institusional * <i>Leverage</i> * Profitabilitas * Ukuran Perusahaan 	<p>institusional berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>*Pengaruh ukuran perusahaan terdapat pengaruh negatif signifikan antara ukuran perusahaan terhadap manajemen laba</p>
4	Penti Yuniarti 2013 Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di BEI	<p>Variabel Dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> * Manajemen Laba <p>Variabel Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> * Struktur Kepemilikan * Ukuran Perusahaan * <i>Corporate Governance</i> 	<p>*struktur kepemilikan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>*ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>*<i>corporate governance</i> berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p>
5	Juniarti 2014 Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, dan Leverage Terhadap Profitabilitas dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, dan Investasi	<p>Variabel dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> *Profitabilitas * Nilai Perusahaan <p>Variabel Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> *Family Control *Size *Sales *Growth *Leverage 	<p>* Family control berpengaruh negatif dan signifikan terhadap profitabilitas namun tidak memiliki pengaruh untuk nilai perusahaan</p> <p>* Firm size memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan</p> <p>* Sales growth memiliki pengaruh negatif terhadap profitabilitas dan nilai perusahaan</p> <p>* Leverage memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p>
6	Anna Nubua Hasibuan 2019 Pengaruh Profitabilitas, Resiko Keuangan dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017	<p>Variabel dependen</p> <ul style="list-style-type: none"> *Manajemen Laba <p>Variabel Independen</p> <ul style="list-style-type: none"> *Profitabilitas *Rasio Keuangan 	<p>*Profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba</p> <p>*Rasio keuangan berpengaruh positif signifikan terhadap</p>

		*Pertumbuhan Perusahaan	manajemen laba *Pertumbuhan perusahaan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap manajemen laba
7	Rice 2013 Pengaruh Lverage, Kepemilikan Institutional, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan Terhadap Tindakan Manajemen Laba	Variabel dependen *Manajemen Laba Variabel Independen *Lverage *Kepemilikan Institutional *Ukuran Perusahaan *Nilai Perusahaan	*Lverage berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba *Kepemilikan Institutional berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba *Ukuran Perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba *Nilai Perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba
8	Ajeng Triska Ramadhani 2020 Pengaruh Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Lverage Perusahaan Terhadap Manajemen Laba	Variabel dependen *Manajemen Laba Variabel Independen *Nilai Perusahaan *Ukuran Perusahaan *Lverage	*Nilai Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba *Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba *Lverage berpengaruh terhadap manajemen laba
9	Yamadita Pengaruh Asimetri Informasi, Lverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba	Variabel dependen *Manajemen Laba Variabel Independen *Asimetri Informasi *Lverage *Ukuran Perusaha	*Asimetri Informasi berpengaruh terhadap manajemen laba *Lverage berpengaruh terhadap manajemen laba *Ukuran Perusahaan berpengaruh Positif terhadap manajemen laba

2.7 Kerangka Penelitian dan Hipotesis

2.7.1 Kerangka Penelitian

Kerangka penelitian adalah konsep suatu penelitian yang menghubungkan antara satu visualisasi variabel dengan variabel lainnya, sehingga penelitian menjadi tersusun secara sistematis dan dapat dipihak oleh semua. Kerangka penelitian yang menunjukkan pengaruh Profitabilitas, Nilai Perusahaan dan Ukuran Perusahaan terhadap nilai perusahaan yang dapat digambarkan sebagai berikut:

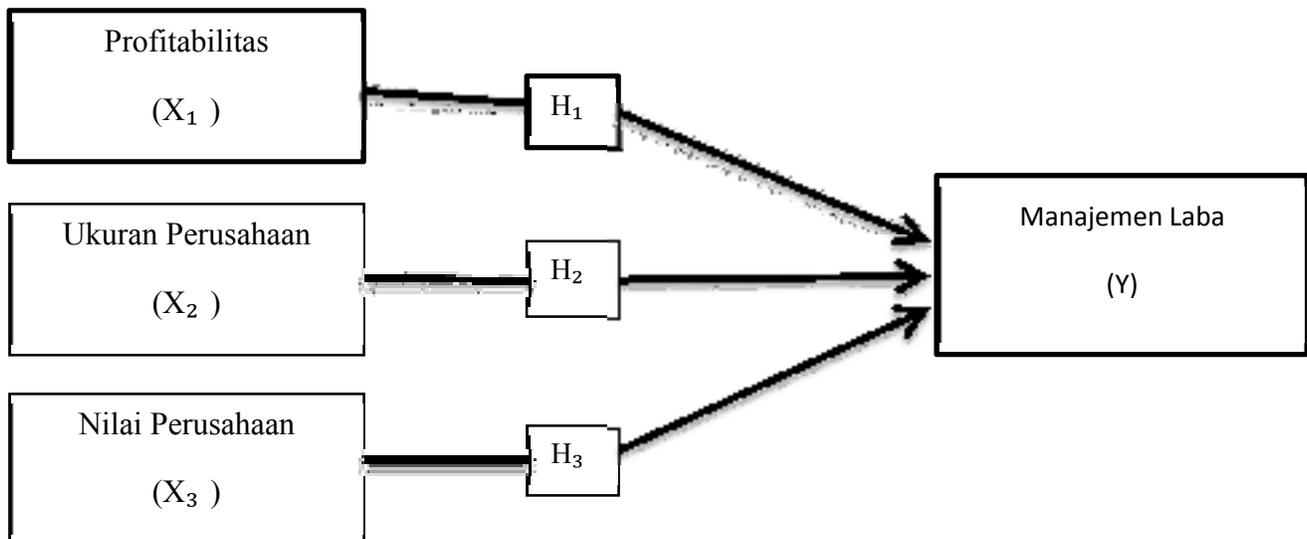
Tingkat profitabilitas yang tinggi menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik dan pengawasan berjalan dengan baik. Artinya, profitabilitas menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang digunakan dalam kegiatan operasi

Tingginya Nilai Perusahaan dari suatu perusahaan dapat menarik minat investor untuk menginvestasikan uang mereka terhadap suatu perusahaan. Para investor cenderung tertarik menginvestasikan uang mereka apabila perusahaan tersebut memiliki return yang baik dan profit yang dapat menjadi keuntungan bagi pemegang saham

Perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena memiliki biaya politik lebih besar

Kerangka penelitian yang menghubungkan antara visualisasi variabel dengan variabel-variabel lainnya, yaitu variabel dependen dengan variabel

independen. Dalam penelitian ini variabel dependennya manajemen laba dan variabel independennya profitabilitas, Lverage, Nilai perusahaan, dan Ukuran perusahaan.



Gambar 2.1
Kerangka Penelitian

2.7.2. Hipotesis

Hipotesis adalah hasil jawaban yang bersifat sementara mengenai rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah disimpulkan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan bersifat sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, tetapi belum didasarkan pada

fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris dengan data.

Profitabilitas pada dijadikan alat ukur dalam mengetahui baik tidaknya laporan keuangan yang ada di perusahaan. Investor menggunakan profitabilitas sebagai acuan dalam gambaran untuk penanaman modal atau investasi. Dari pernyataan ini manajer akan melakukan manajemen laba agar laporan keuangan yang akan di baca oleh investor dan pemangku kepentingan lainnya terlihat meyakinkan

Menurut Rina dan Anna dalam Jurnal Manajemen Keuangan menyatakan :

“Ketika profitabilitas yang diperoleh perusahaan kecil pada periode waktu tertentu akan memicu perusahaan untuk melakukan manajemen laba dengan cara meningkatkan pendapatan yang diperoleh sehingga akan memperlihatkan saham dan mempertahankan investor yang ada”.²¹

Berdasarkan penelitian Rina dwiarti dan Anna hassibuan menyatakan profitabilitas berpengaruh positif terhadap nilai perusahaan.

Maka berdasarkan uraian dan kesimpulan diatas dapat dirumuskan hipotesis:

H₁ = Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba

²¹ Rina Dwiarti dan Anna Hasibuan, **Pengaruh Profitabilitas, Resiko Keuangan dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Kosmetik dan Keperluan Rumah Tangga yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017**, Jurnal Akuntansi Keuangan vol 8, Fakultas Ekonomi, Universitas Mercu Buana Yogyakarta, Yogyakarta, Hal. 23

Nilai perusahaan adalah pandangan para investor terhadap perusahaan, yang selalu dikaitkan harga saham. Harga saham yang tinggi akan membuat nilai perusahaan tinggi. Tujuan utama setiap perusahaan adalah memaksimalkan nilai perusahaan. Memaksimalkan nilai perusahaan sangatlah penting bagi perusahaan, karena memaksimalkan nilai perusahaan berarti memaksimalkan tujuan utama perusahaan.

Menurut Ramadhani :

“Dengan nilai perusahaan yang baik, maka agent akan memberikan sinyal yang bagus kepada prinsipal/investor agar mereka mau menanamkan modalnya di perusahaan tersebut”.²²

Maka berdasarkan uraian dan kesimpulan diatas dapat dirumuskan hipotesis :

H_1 = Nilai perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

Pada dasarnya ukuran perusahaan menunjukkan total aset perusahaan. Jika nilai ukuran perusahaan tinggi, maka semakin besar Aktiva yang bisa dijadikan jaminan perusahaan untuk memperoleh hutang maka ada modal perusahaan untuk meningkatkan kinerja dan laba perusahaan dan akan mendorong perusahaan melakukan manajemen laba

Yamadita menyatakan bahwa

²² Ajeng triska Ramadhani, **Pengaruh Nilai Perusahaan, Ukuran Perusahaan, dan Leverage Perusahaan Terhadap Manajemen Laba** , Jurnal Ilmu dan Riset Akuntansi, Surabaya, 2020, Hal 117

“Ukuran perusahaan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh terhadap manajemen laba perusahaan yang dimana perusahaan besar cenderung lebih membutuhkan dana yang lebih besar ketimbang perusahaan kecil, tambahan dana itu diperoleh dari penerbitan saham baru atau penambahan hutang”²³

Maka berdasarkan uraian dan kesimpulan diatas dapat dirumuskan hipotesis :

H_1 = Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba

Profitabilitas digunakan untuk menginformasikan baik tidaknya kondisi suatu perusahaan. Perusahaan yang memiliki ukuran perusahaan yang besar akan meyakinkan investor dan kreditor dalam menanamkan modal dan investasi maka dari itu manajemen dengan ukuran perusahaan yang besar akan lebih terdorong dalam melakukan manajemen laba untuk menarik perhatian investor dan melakukan penambahan dana ke kreditor, hal ini dikarenakan perusahaan besar akan lebih mampu dalam membayar kewajibannya. Nilai perusahaan adalah gambaran bagi investor untuk gambaran dalam penanaman investasi hal ini membuat setiap perusahaan berkeinginan untuk meningkatkan nilai saham agar para investor dapat tertarik pada perusahaan tersebut, sehingga hal ini memicu manajemen untuk melakukan tindakan manajemen laba.

²³ Yamadita, **Pengaruh Asimetri Informasi, Lverage, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba**, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, Hal. 43

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah desain penelitian eksplanasi.

Menurut Sugiono

“Penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel – variabel diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan”.²⁴

Desain penelitian eksplanasi ini menggunakan pendekatan deskriptif agar dapat mendeskripsikan obyek penelitian ataupun hasil penelitian.

3.2 Populasi dan Pemilihan Sample

Populasi dan tempat Pemilihan Sample pada pembahasan ini adalah perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di bursa efek Indonesia dengan situs www.idx.co.id. Fokus dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi karakteristik anggota populasi dan sample dari penelitian. Menurut Soetarno dalam buku metodologi penelitian **“Populasi adalah jumlah keseluruhan objek yang akan diteliti”.**²⁵ Sedangkan

²⁴ Sugiono, **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Alfabeta, Edisi Kedua, Cetakan Pertama: Bandung, 2013, Hal. 13

²⁵ Soetarno dan Arsyad, **Metodologi Penelitian**, Edisi Revisi, Cetakan Keempat, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN: Yogyakarta, 2008, Hal. 101

Sugiono menyatakan pendapatnya mengenai sample adalah. “**Sampel sebagai bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi**”.²⁶

Maka dari itu populasi dan sample yang dikumpulkan untuk penelitian ini didapat dari situs www.idx.co.id pada perusahaan manufaktur sektor otomotif dan komponennya periode 2017- 2020 adalah.

Tabel 3.1

Daftar Populasi pada Perusahaan Manufaktur Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia

No	Nama Perusahaan	Kode
1	PT.ASTRA INTERNATIONAL Tbk	ASII
2	PT.ASTRA ATOPARTS Tbk	AUTO
3	PT.MITRA PINASTHIKA MUSTIKA Tbk	MPMX
4	PT. INDOMOBIL SUKSES INTERNATIONAL Tbk	IMAS
5	PT. GAJAH TUNGGAL Tbk	GJTL
6	PT. MULTISTRADA ARAH SARANA Tbk	MASA
7	PT. GOODYEAR INDONESIA Tbk	GDYR
8	PT. INDOSPRING Tbk	INDS
9	PT. MULTI PRIMA SEJAHTERA	LPIN
10	PT. INDO KORDSA Tbk	BRAM
11	PT. GARUDA METALINDO Tbk	BOLT
12	PT. BINTRACO DHARMA Tbk	CARS

²⁶ Sugiono, 2013, **Op.Cit.** Hal. 32

13	PT. BINTANG OTO GLOBAL Tbk	BOGA
14	PT. PRIMA ALOY STEEL UNIVERSAL Tbk	PRAS
15	PT. SELAMAT SEMPURNA Tbk	SMSM
16	PT. UNITED TRACTOR Tbk	UNTR
17	PT. ASAHIMAS FLAT GLASS Tbk	AMFG
18	PT. ASIAPLAST INDUSTRIES Tbk	APLI
19	PT.INTRACO PENTA Tbk	INTA
20	PT. TUNAS RIDEAN Tbk	TURI
21	PT. ALUMINDO LIGHT METAL INDUSTRY Tbk	ALMI
22	PT. PELANG INDAH CANINDO Tbk	PICO
23	PT. LIONMESH PRIMA Tbk	LMSH

Sumber: www.idx.co.id

Dari 23 sample keseluruhan yang didata dari setiap sample semua sample memiliki nilai kriteria yang sesuai dengan variabel yang akan diteliti yaitu, dengan memenuhi nilai probabilitas, nilai perusahaan dan ukuran perusahaan dengan data yang lengkap. Karna dari 23 sample tersebut memenuhi kriteria yang di tentukan oleh peneliti dalam maka peneliti menentukan perusahaan ini pada 23 sample yang di ambil dari tahun 2017 – 2020.

3.3 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

Definisi operasional dan pengukuran variabel adalah penentuan batasan yang menjelaskan ciri dan spesifik yang lebih substantif pada suatu konsep. Dengan tujuan agar peneliti dapat mencapai suatu pengukuran yang sesuai dengan dasar variabel yang sudah

didefinisikan konsepnya, maka dari itu peneliti harus memasukan konsep proses atau operasional alat ukur yang akan digunakan untuk kualifikasi gejala dan variabel yang di telitinya

3.3.1 Variabel Dependen

Variabel Dependen menurut Jadongan

“Variabel Dependen merupakan variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen”.²⁷

Variabel dependen dilambangkan dengan (Y). Dalam penelitian ini menggunakan Manajemen Laba yaitu yang dihitung dengan menggunakan rumus *discretionary Accruals model*. Dalam *discretionary Accruals model* menggunakan komponen utama pendapatan yaitu piutang untuk memanajemen laba rumus yang digunakan dalam perhitungan ini ada beberapa tahap diantaranya adalah :

Menghitung nilai *Total Accrual* (TAC) dengan menggunakan rumus pendekatan arus kas yaitu : $TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$

Nilai total accrual (TAC_{it}) diestimasi dengan *Ordinary Least Square* dengan rumus : $TAC_{it}/Ait = \alpha_1 (1/Ait-1) + \alpha_2 (\Delta REV_{it}/Ait-1) + \alpha_3 (PPE_{it}/Ait-1) + e$

Kemudian untuk menghitung *nondisrectionary accruals* dihitung dengan rumus : $ND_{Ait} = \alpha_1 (1/Ait-1) + \alpha_2 (\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) / Ait-1 + \alpha_3 (PPE_{it} / Ait-1)$

Setelah itu *disrectionary accruals* dapat dihitung dengan menggunakan rumus

²⁷ Jadongan Sijabat, **Metodologi Penelitian Akuntansi**:Universitas HKBP Nommensen: Medan, 2014, Hal.43.

$$DA_{it} = (TAC_{it}/A_{it-1}) - NDA$$

Keterangan :

TAC_{it} = Total akrual perusahaan (i) pada tahun (t)

Ni_{it} = Laba bersih (*net income*) perusahaan (i) pada tahun (t)

CFO = Kas dari operasi perusahaan (i) pada tahun (t)

A_{it-1} = Total aset perusahaan (i) pada tahun (t) sebelumnya

ΔREV_{it} = Perubahan pendapatan perusahaan (i) pada tahun (t)

ΔREC_{it} = Perubahan piutang perusahaan (i) pada tahun (t)

PPE_{it} = *Property, Plant and, Equipment* perusahaan (i) pada tahun (t)

DA_t = *Discretionary Accruals* perusahaan pada periode tahun t

TAC_{it} = *Total Accruals* perusahaan pada periode tahun t

TA_{it} = *Total Asset* perusahaan pada periode tahun t

NDA_t = *Non-discretionary accruals* perusahaan pada periode tahun t

3.3.2 Variabel Independen

Jadongan juga menyatakan

“Variabel Independen adalah variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain”.²⁸

Variabel independen pada penelitian ini ada 3 yaitu:

Profitabilitas (H_1) yang dihitung menggunakan ROA (*Return on Assets*) untuk menilai suatu kemampuan manajemen perusahaan dalam memperoleh laba bersih dari pengelolaan aset yang diperoleh

$$\text{Return on Assets} = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Asset}} \times 100\%$$

Nilai perusahaan (H_2) dapat dihitung menggunakan *price to book value* (PVB) untuk menghitung nilai pada perusahaan yang dihitung dengan rumus

$$\text{PVB} = \frac{\text{Market Price per Share}}{\text{Book Value per Share}}$$

Ukuran perusahaan (H_3) Yaitu merupakan ukuran yang menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang dapat dinilai dari total asetnya. Dengan menggunakan rumus : *Size* (SZ) = $LN(\text{Total Aset})$

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data sekunder, data sekunder adalah data yang akan menentukan ketepatan model yang perlu dilakukan atas

²⁸ Loc.Cit

beberapa asumsi klasik yang digunakan yaitu: uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang tepat adalah model yang memiliki nilai residual yang terdistribusi normal. Jadi uji normalitas tidak hanya dilakukan pada masing-masing variabel tetapi pada nilai residualnya. Dalam penelitian ini untuk menguji uji normalitas yang digunakan untuk menguji uji histogram dan uji normal kolmogorov smirnov test

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas berguna untuk dapat mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya hubungan antar variabel bebas (Independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel bebas. Alat statistik yang sering dipergunakan untuk menguji multikolinieritas adalah dengan *variance inflation factor* (VIF), korelasi pearson antara variabel – variabel bebas. Panduan keputusan berdasarkan nilai VIF adalah :

1. Jika nilai VIF < 10,00, maka artinya tidak terjadi multikolinieritas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF > 10,00 maka artinya terjadi multikolinieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Dalam pengertian regresi diperlukan diuji mengenai sama atau tidaknya varian dari residual dan observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya memiliki varian sama dapat dikatakan Homokedastisitas dan jika variannya tidak sama atau berbeda disebut Heterokedastisitas. Pengujian ini dapat dilakukan dengan metode glesjer yaitu meregresi masing – masing variabel independen dengan absolute residual sebagai variabel depeneden. Dalam hal ini residual adalah selisih antara nilai observasi dengan nilai prediksi, sedangkan absolute adalah nilai mutlak yang diperoleh. Uji glesjer digunakan untuk meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika hasil tingkat kepercayaan uji glesjer $> 0,05$ maka tidak terkandung heteroskedatisitas.

d. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji ada atau tidaknya kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya) dalam model regresi linier. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi. Autokorelasi muncul karena observasi yang berurutan sepanjang waktu berkaitan satu sama lainnya. Menurut Ghozali dalam buku Aplikasi Analisis Multivariat. **Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi**.

29

Pengujian autokorelasi dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Run Test*, dimana hasil pengujian ditentukan berdasarkan nilai probabilitasnya dibandingkan dengan nilai alphanya.

²⁹Ghozali, **Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS** : Penerbi Universitas Diponegoro, Semarang, 2013, Hal. 68

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah kegiatan analisis data yang digunakan untuk mengolah data-data numerik seperti penggunaan data statistik, data hasil survei responden, dan lain sebagainya. Sama halnya dengan teknik analisis data kualitatif, pada analisis data kuantitatif juga terdapat beberapa jenisnya, yakni analisis data kuantitatif deskriptif dan analisis data kuantitatif inferensial.

3.5.1 Teknik Analisa Statistik Deskriptif

Teknik analisis statistik deskriptif adalah analisis statistik yang digunakan peneliti dalam menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah dikumpulkan. Analisis ini bertujuan untuk memberikan gambaran atau mendeskripsikan data dalam variabel yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), *minimum*, *maksimum*, dan standar deviasi. Analisis ini merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.

3.5.2 Analisis Regresi Linier

Analisis regresi linier bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan, dan Nilai Perusahaan terhadap Manajemen Laba dengan model persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Manajemen Laba

a= Konstanta

b= Koefisien Regresi

X1= Profitabilitas

X2= Ukuran Perusahaan

X3= Nilai Perusahaan

e = Term of Error / Tingkat Kesalahan 5%.

3.5.3 Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan dalam menguji koefisien regresi secara parsial dari variabel – variabel independenya. Tingkat signifikan ini digunakan sebesar 5% dengan derajat kebebasan $df = n - (k+1)$, dimana n adalah jumlah observasi dan k adalah jumlah variabel, dengan ketentuan:

1. Jika nilai sig < 0,05, atau t hitung > t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y
2. Jika nilai sig > 0,05, atau t hitung < t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan dalam mengukur seberapa kemampuan model pada koefisien dalam menginformasikan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi ini adalah 0 sampai dengan 1. Nilai dari R^2 yang kecil menunjukkan kemampuan pada variabel – variabel

independen untuk menginformasikan variasi pada setiap variabel independen dan memberikan hampir semua informasi yang diperlukan dalam memperoleh variabel independen.