

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian Terdahulu

Cahyani dan Wirawati (2019:1282) mengemukakan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh positif pada nilai perusahaan. Di dalam penelitian menggunakan teori sinyal sehingga dapat dibuktikan teori sinyal yang menyatakan bahwa informasi yang dikeluarkan perusahaan dapat berupa informasi keuangan yang menunjukkan kinerja perusahaan yang diukur dengan rasio profitabilitas yang diproksikan melalui *return of asset* (ROA). Apabila *return of asset* yang diterima meningkat maka *return* yang diterima investor akan meningkat.

Darmawang *et.al* (2019:65) mengemukakan bahwa kualitas audit secara langsung memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dengan menggunakan proksi ukuran kantor akuntan publik terdapat pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas Kantor Akuntan Publik dapat menjadi tolak ukur untuk investor menilai perusahaan. Diasumsikan kantor akuntan publik *big-four* dianggap memiliki kualitas audit yang lebih baik karena para auditornya dibekali oleh serangkaian pelatihan dan prosedur serta memiliki program audit yang dianggap lebih akurat dan efektif dibandingkan dengan auditor dari kantor akuntan publik *non big-four*.

Wijaya dan Budiasih (2018:1683) mengemukakan bahwa manajemen laba dengan pola *Income Dreassing* saat akhir jabatan direktur lama berpengaruh negatif signifikan terhadap nilai perusahaan. Diperoleh nilai koefisien memiliki nilai Beta positif hal tersebut menunjukkan bahwa manajemen laba dengan pola *income dreassing* berpengaruh signifikan pada nilai perusahaan. Informasi penurunan laba perusahaan mengandung informasi yang negatif yang dapat merugikan investor, sehingga investor merespon informasi yang telah diperoleh tersebut sebagai *bad news* yang menyebabkan menurunnya nilai harga saham perusahaan berdampak pada menurunnya nilai perusahaan.

Hal yang sama Fahmi dan Prayoga (2018:236) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak memiliki pengaruh dan signifikan oleh tindakan manajemen laba yang

dilakukan oleh manajemen perusahaan dimana hasil penelitian yang dilakukan pada perusahaan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013 – 2017 manajemen tidak terbukti melakukan manajemen laba untuk menaikkan nilai perusahaan sementara sepanjang untuk kejadian tertentu yaitu untuk penawaran surat berharga atau *merger* yang akan dilakukan atau untuk melakukan opsi atau menjual saham. Manajemen juga tidak terbukti melakukan praktik manajemen laba untuk menurunkan dan menaikkan persepsi harga saham di bursa.

Hal sama dikemukakan oleh Dermawan et.al (2019:16) mengemukakan bahwa manajemen laba tidak mempengaruhi nilai perusahaan. Manajemen laba *riil* memberikan pengaruh negatif pada nilai perusahaan. Variabel kontrol yaitu kualitas audit dan leverage juga tidak berpengaruh pada nilai perusahaan.

Hapsari (2017:42) mengemukakan hasil penelitian bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan dimana variabel kontrol kualitas audit dapat memperkuat pengaruh profitabilitas terhadap nilai perusahaan. Diperoleh hasil penelitian bahwa pentingnya perusahaan didalam mengoptimalkan usahanya sehingga menghasilkan kinerja yang baik, atau memiliki tingkat profitabilitas yang tinggi. Dan berdasarkan hasil penelitian ini juga mengimplikasikan bahwa peran auditor independen sangatlah penting untuk menjaga agar kualitas informasi keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan. Hal tersebut dilakukan guna menambah tingkat kepercayaan dari pasar dan kepercayaan investor.

Hal sama dikemukakan oleh Sabrin *et.al* (2016:88) secara empiris mengemukakan hasil penelitian bahwa profitabilitas memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan, hal tersebut dikarenakan nilai perusahaan memiliki sentimen positif terhadap pencapaian laba guna membenarkan pembayaran dividen, sehingga diperoleh harga saham akan meningkat karena perusahaan memberikan sinyal positif untuk membayar dividen.

Zuhroh (2019:223) menyatakan hasil analisis data dengan sampel 31 perusahaan manufaktur *consumer goods* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia pada periode 2012-2016, sehingga diperoleh dua kesimpulan. Pertama, variabel *leverage* dan profitabilitas menghasilkan pengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi profitabilitas dan leverage, semakin tinggi nilai

perusahaan. Kedua, variabel leverage merupakan variabel intervening untuk ukuran, likuiditas, dan profitabilitas.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Profitabilitas

Kasmir (2014:196) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio yang berguna untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen dalam mengelola biaya suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan lain-lain. Intinya adalah penggunaan rasio ini dapat menunjukkan efisiensi perusahaan didalam memperoleh laba dan mengelola biaya. Rasio ini digunakan untuk melihat tingkat efisiensi operasi perusahaan secara keseluruhan, semakin tinggi rasio ini, semakin baik suatu perusahaan. Berdasarkan definisi diatas maka dapat di impresentasikan bahwa ROA merupakan rasio laba bersih terhadap total aktiva mengukur pengembalian atas total aktiva setelah bunga dan pajak. Jadi jika suatu perusahaan mempunyai ROA yang tinggi, maka perusahaan tersebut memiliki peluang besar dalam meningkatkan pertumbuhan, akan tetapi jika total aktiva tidak memberikan laba maka perusahaan akan mengalami kerugian dan akan menghambat pertumbuhan.

Menurut Hapsari (2017:72), profitabilitas adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dengan menggunakan sumber-sumber yang dimiliki perusahaan, serta mengukur kemampuan keseluruhan manajemen secara efektif yang ditunjukkan oleh besar kecilnya keuntungan yang dihasilkan dari aktivitas penjualan maupun investasi.

ROA dapat diukur dengan rumus :

$$\text{ROA} = \frac{\text{Laba Bersih} \times 100\%}{\text{Total Asset}}$$

Sumber:Kasmir(2014:196)

Keunggulan menggunakan ROA dalam menganalisis profitabilitas diantaranya:

1. Mendorong para manajer untuk memfokuskan hubungan antara penjualan, beban dan investasi sebagaimana yang diharapkan dari seorang manajer pusat investasi.
2. Mendorong manajer memfokuskan pada efisiensi.
3. Mendorong Manajer memfokuskan pada efisiensi aktiva operasi.

Kelemahan menggunakan ROA dalam menganalisis profitabilitas diantaranya:

1. ROA mengakibatkan munculnya perhatian kepada profitabilitas divisional yang sempit atas beban profitabilitas keseluruhan perusahaan.
2. ROA mendorong para manajer untuk memperhatikan kepentingan jangka pendek atas beban jangka panjang.

2.2.2 Kualitas Audit

Tandionthong (2016:199) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu tingkatan atau derajat baik buruknya sesuatu. Sesuatu disini dapat berupa barang atau jasa. Pengukuran derajat baik atau buruknya kualitas barang atau jasa harus dihubungkan dengan kriteria tertentu yang telah disepakati. Dalam hal ini audit sebagai suatu jasa yang diberikan oleh seorang auditor, memiliki standar pemeriksaan yang telah disepakati bersama. Standar yang harus dipenuhi auditor dalam pelaksanaan *fieldwork* audit laporan keuangan adalah SA (Standar Audit) untuk laporan keuangan.

Reputasi Auditor diukur dengan independensi cerapan dan kompetensi cerapan. Reputasi dapat menghasilkan informasi yang kredibel. Kredibilitas informasi itu sendiri dapat diukur dengan menggunakan derajat keyakinan pengguna atas satu informasi. Karena berhubungan dengan keyakinan pengguna laporan keuangan tersebut, maka reputasi auditor tersebut bisa berubah sesuai dengan penilaian pengguna informasi laporan keuangan yang dihasilkan terhadap reputasi auditor tersebut. Di sisi lain, kekuatan pemantauan auditor diukur dengan kompetensi auditor dan independensi auditor. Kekuatan pemantauan akan menghasilkan informasi yang berkualitas baik yang diukur dari seberapa baik informasi tersebut mencerminkan kondisi ekonomi yang sesungguhnya. Kualitas informasi ini bisa bervariasi antar penugasan dan antarwaktu (Tandionthong,2016:199).

Audit Expetation Gap adalah perbedaan yang terjadi antara apa yang sudah diharapkan publik dari suatu profesi akuntan publik dan apa yang profesi akuntan publik

dapat berikan. Dalam arti lain, kompetensi memiliki hubungan negatif dengan kesenjangan harapan audit. Jika kemampuan auditor semakin kompeten, maka tingkat kesenjangan harapan audit juga akan semakin kecil. Kesenjangan harapan audit biasanya terjadi akibat adanya kesenjangan yang mungkin diakibatkan oleh tidak mampunya kinerja auditor serta wajar atau tidak wajarnya harapan pemakai jasa audit. Jika auditor pegampu tugas memiliki kemampuan kompetensi yang baik maka hal ini mampu menutupi kesenjangan harapan pemakai laporan keuangan yang terlampau tinggi. Reputasi auditor juga sangat menentukan kredibilitas laporan keuangan. Auditor yang memiliki reputasi yang baik dianggap dapat mendeteksi kemungkinan terjadinya kecurangan secara lebih awal (Tandionthong,2016:199).

Anggaran waktu (*time budgeting*) adalah lamanya waktu yang tersedia yang digunakan untuk mengalokasikan waktu yang dibutuhkan setiap pelaksanaan audit. Ketika menyatakan *time budget pressure* auditor merespon dengan dua cara, yaitu *fungsional* dan *disfungsional*. Respon *fungsional* adalah perilaku auditor untuk bekerja lebih baik dan menggunakan waktu audit sebaik-baiknya. Ternyata *time budget pressure* berpotensi terjadinya respon *disfungsional* atau meyeabkan perilaku penurunan kualitas audit. Dengan begitu, tekanan anggaran waktu memiliki hubungan negatif maupun positif terhadap kesenjangan harapan audit, bergantung terhadap respon apa yang dilakukan auditor terhadap adanya tekanan anggaran waktu ini. Jika auditor memberikan respon fungsional maka kesenjangan harapan audit akan semakin kecil. hal ini disebabkan auditor akan bekerja semakin keras dan menggunakan waktu dengan benar agar memenuhi kualitas audit yang baik. Sedangkan jika auditor memberkan respon disfungsional, maka kesenjangan harapan audit akan semakin besar.

Komunikasi yang dilakukan *auditor* dengan *auditee* dalam meningkatkan kualitas audit mencerminkan bentuk tanggung jawab auditor guna memenuhi cakupan audit, dan saat *fieldwork* audit. Komunikasi mencakup penetapan tujuan komunikasi yang jelas, penetapan bentuk komunikasi yang dilakukan, penetapan individu atau individu-individu dari tim audit dan dari TCWG yang akan melakukan komunikasi sehingga terpenuhnya harapan *auditee*. Komunikasi auditor dengan *auditee* dapat menunjang tercapai tidaknya atau terpenuhnya input dalam perancangan dan perencanaan audit sebagai dimensi dalam

mengukur kualitas audit, yang pada intinya berimpikasi terhadap berkurangnya kesenjangan antara harapan auditte dengan harapan auditor atas kualitas audit yang dihasilkan Kantor Akuntan Publik. Informasi yang diberikan oleh TCWG dalam berkomunikasi dengan auditor diduga meningkatkan kualitas audit, sehingga menurunkan kesenjangan harapan audit antara user dengan auditor. Komunikasi yang dilakukan TCWG atas beberapa hal yang dianggap relevan terhadap audit ,diantaranya:

1. Keputusan strategis manajemen yang akan mempengaruhi sifat ,waktu dan luasnya prosedur audit
2. Deteksi adanya kecurangan atau kecurigaan
3. Kompetensi senior manajemen dan integritas

Institut Akuntan Publik Indonesia (2020) Standar umum (SA seksi 210) menyatakan bahwa audit harus dilaksanakan oleh satu individu atau lebih yang memiliki keahlian dan pelatihan teknis yang cukup sebagai auditor. Oleh karena itu, sebelum auditor menerima suatu penugasan audit, auditor harus menetapkan apakah mereka memiliki kompetensi profesional untuk menyelesaikan penugasan sesuai dengan yang ditetapkan SPAP. Auditor yang kompeten adalah auditor yang memiliki kemampuan memahami dan melaksanakan prosedur audit yang benar, memahami dan melaksanakan prosedur audit yang benar, memahami dan menggunakan metode sampling yang benar.

Institut Akuntan Publik Indonesia (2020) Standar Audit (SA) seksi 220 menyatakan bahwa dalam semua hal yang berkaitan dengan penugasan audit, perilaku mental yang independen harus dipelihara dengan baik oleh auditor. Perilaku mental yang independen berarti auditor dalam setiap kegiatan audit tidak mudah dipengaruhi oleh orang lain. Untuk mencapai independensi tersebut auditor secara intelektual harus memiliki sifat jujur, dan tidak memiliki kepentingan dengan klien, baik manajemen maupun pemilik perusahaan. Dengan demikian, independensi memiliki hubungan negatif dengan tingkat kesenjangan audit. Semakin auditor dapat mempertahankan sikap independensinya, maka tingkat kesenjangan harapan audit akan semakin kecil.

Hapsari (2017:44) mengemukakan bahwa Kantor Akuntan Publik yang memiliki skala besar yang berkualitas dan memiliki reputasi baik akan dipilih perusahaan untuk meningkatkan keyakinan laporan keuangan. Kantor Akuntan Publik (skala besar adalah

kantor akuntan publik yang berafiliasi dengan Kantor Akuntan *Big Four Worldwide Accounting Firm (Big 4)*. Kategori KAP *The Big Four* di Indonesia, yaitu:

- a. KAP *Price Waterhouse Coopers*, yang merupakan rekanan KAP Tanudireja, Wibisana dan rekan.
- b. KAP *Klynveld Peat Marwick Goerdeler (KPMG)* Internasional, yang merupakan rekanan dengan KAP Sidharta dan Wijaya
- c. KAP *Ernest dan Young Global*, yang merupakan rekanan dengan KAP Purwantoro, Suherman dan Surja.
- d. KAP *Deloitte Touche Thomatsu*, yang merupakan rekanan dengan KAP OsmanBing Satrio dan rekan.

Kualitas audit diproksikan dengan menggunakan ukuran KAP (KAP *The Big Four* dan KAP Non *The Big Four*). Pengukuran variabel ukuran KAP menggunakan variabel *dummy*, nilai 1 jika perusahaan diaudit oleh KAP *The Big Four*, dan 0 jika lainnya. Keterangan mengenai jasa KAP yang digunakan dapat dilihat dan laporan auditor independen yang dilampirkan pada laporan keuangan perusahaan *sub sector* transportasi yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2015-2018.

2.2.3 Manajemen Laba

2.2.3.1 Konsep Manajemen Laba

Scott (2015:80) menyatakan bahwa manajemen laba adalah perilaku manajemen dengan penyajian laba yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai pasar melalui pemilihan kebijakan akuntansi. Yang artinya, manajemen laba merupakan tindakan manipulasi akuntansi yang memiliki tujuan menciptakan kinerja perusahaan yang lebih baik dari. Manajemen laba dapat merupakan alat komunikasi manajemen dalam perusahaan kepada investor.

Subramanyam (2017:117) menyatakan manajemen laba merupakan intervensi manajemen yang dilakukan secara sengaja dalam penentuan nilai laba, hal tersebut dilakukan untuk keuntungan pihak manajemen. Manajemen laba dapat dikaitkan dengan tindakan *window dressing* atas laporan keuangan khususnya jumlah laba *Bottom-line*. Manajemen laba dapat pula disebut sebagai kosmetik, jika manajemen memanipulasi data

akrual yang tidak memiliki hubungan dengan arus kas, manajemen laba juga dapat terlihat nyata, jika manajemen memilih tindakan dengan konsekuensi arus kas dengan tujuan mengelola laba.

Yateno *et,al* (2016:1) menyatakan bahwa perusahaan memiliki kewajiban menyampaikan informasi yang riil yang berguna bagi pihak yang berkepentingan. Perusahaan juga memiliki tanggung jawab untuk menampilkan performa terbaik sehingga menyajikan kinerja keuangan yang lebih baik/sesuai dengan ketentuan yang ada.

Salah satu informasi yang sangat penting untuk pengambilan keputusan adalah informasi atas laba. Informasi laba secara umum menjadi perhatian utama dalam melihat kinerja dan pertanggung jawaban manajemen perusahaan. Informasi laba ini dapat menunjukkan performa dan kekuatan perusahaan dalam menghasilkan laba dimasa yang akan datang. Ditambah lagi dengan sifat market di indonesia yang masih cenderung *weak* (lemah). Hal ini mengakibatkan investor cenderung melihat informasi laba menjadi gambaran keberhasilan perusahaan dalam menjalankan aktivitas bisnisnya.

Pentingnya informasi laba ini disadari oleh manajemen, sehingga manajemen cenderung melakukan *disfunctional behaviour* (Perilaku tidak semestinya/tidak sesuai dengan fungsinya), yaitu dengan melakukan *earning management* atau manajemen laba untuk memperhatikan kinerja yang sesuai dengan ekspektasi pasar/investor dan juga mengatasi berbagai konflik yang timbul antara manajemen dengan perusahaan.

Manajemen laba merupakan suatu proses yang dilakukan dengan sengaja dengan memanfaatkan kebebasan pilihan akuntansi untuk mendapatkan laba pada tingkat yang diinginkan. Manajemen laba terjadi ketika manajerial melakukan *judgement* dalam penyusunan transaksi laporan keuangan untuk mengubah laporan keuangan sesuai dengan tujuan tertentu. Hal ini mengakibatkan laporan keuangan yang disajikan menyesatkan para *Shareholder* dalam melihat *performance* perusahaan.

Terdapat 2 perspektif yang dapat menjelaskan mengapa manajemen laba dilakukan oleh pihak manajerial. Pertama, yakni perspektif informasi dan *opportunitis* perspektif informasi memiliki pandangan manajemen laba merupakan kebijakan yang merefleksikan harapan manajerial terhadap arus kas perusahaan dimasa yang akan datang. manajemen laba dilakukan dengan tidak melanggar standar akuntansi yang

berterima umum dan yang paling utama adalah membantu perusahaan mempertahankan nilai perusahaan di mata investor.

Manajemen laba merupakan upaya oportunistik manajerial untuk mempengaruhi informasi yang disajikan dengan memanfaatkan asimetri informasi. Praktek manajemen laba dapat mengakibatkan kerugian bagi pihak *Shareholder* dan juga menurunkan kualitas informasi akuntansi yang disampaikan dalam laporan keuangan karena tidak menyampaikan informasi yang sebenarnya. manajemen laba merupakan salah satu faktor yang dapat mengurangi kredibilitas laporan keuangan dan menambah bias dalam laporan keuangan serta mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba. Oleh karena itu manajemen laba dianggap tidak etis.

Strategi yang digunakan dalam manajemen laba terbagi menjadi 3 bagian yaitu :

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi

Manajemen melakukan manajemen laba melalui *judgement* terhadap estimasi akuntansi seperti estimasi kurun waktu, penyusutan aktiva tetap, atau amortisasi aktiva tidak berwujud, estimasi tingkat piutang tak tertagih dan estimasi biaya garansi.

2. Mengubah Metode Akuntansi

Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi. Sebagai contoh: mengubah metode depresiasi aktiva tetap dari metode garis lurus menjadi angka tahun.

3. Menggeser periode biaya dan pendapatan

Strategi manajemen laba bentuk ini disebut sebagai bentuk manajemen keputusan operasional. Sebagai contoh, Mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian sampai periode akuntansi berikutnya. Bekerjasama dengan vendor untuk mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian sampai periode akuntansi berikutnya. menjual investasi sekuritas untuk memanajemen tingkat laba dan mengatur saat penjualan aktia tetap yang sudah terpakai.

2.2.3.2 Bentuk Manajemen Laba

Manajemen laba memiliki pola-pola tertentu didalam prakteknya .manajemen laba dilakukan dengan pola sebagai berikut:

a. *Taking A Bath*

Taking a bath dilakukan manajer dengan cara menggeser biaya akrual discretionary periode sekarang ke periode kini dan atau menggeser pendapatan akrual discretionary periode kini ke periode mendatang. Pola ini dilakukan oleh manajer untuk memaksimalkan kompensasi atau bonus yang akan diterimanya pada tahun berikutnya karena menghadapi kenyataan bahwa bonus tahun ini tidak dapat diterima.

b. *Income Maximilization*

Income maximilization dimaksudkan untuk memaksimalkan bonus manajer.menciptakan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat memaksimalkan bonus manajer.menciptakan kinerja perusahaan yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan (pertimbangan pasar modal) , menunda pelanggaran perjanjian utang ,dan manajer dapat memperoleh kendali atas perusahaan.

c. *Income Minimization*

Income minimization dimaksudkan untuk keperluan pertimbangan pajak yaitu meminimumkan kewajiban pajak perusahaan.

d. *Income Smoothing*

Income smoothing adalah tindakan dimana manajemen memperhalus fluktuasi laba dari periode ke periode dengan cara memindahkan laba dari periode yang memiliki laba tinggi ke periode yang memiliki laba rendah. *Income Smoothing* dapat diterapkan untuk setiap tujuan yang dikehendaki tetapi secara tidak ekstrim.

2.2.3.3 Motivasi Manajemen Laba

Yateno *et,al* (2016:4) menyatakan bahwa perilaku manajemen laba dapat dijelaskan oleh *Positif Accounting Theory* dan teori keagenan. Teori akuntansi positif menggunakan teori keagenan untuk menjelaskan dan memprediksi pilihan kebijakan

akuntansi oleh manajer. Teori akuntansi positif memprediksi 3 hipotesis yang mendorong perusahaan untuk melakukan manajemen laba, yaitu:

1. *The Bonus Plan Hypotesis*

Manajer perusahaan yang memiliki program bonus yang terkait dengan angka-angka akuntansi cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang menggeser *reported earning* dari *future period* ke *current period* (Menaikan laba yang dilaporkan sekarang). Pada perusahaan yang memiliki rencana pemberian bonus, manajer perusahaan akan lebih memilih metode akuntansi yang dapat menggeser laba dari masa depan ke masa kini sehingga dapat menaikan laba saat ini. Hal ini dikarenakan manajer menyukai pemberian upah yang lebih tinggi untuk masa kini. Dalam kontrak bonus dikenal dua istilah yaitu *bogey* (tingkat laba terendah untuk mendapatkan bonus) dan *cap* (tingkat laba tertinggi). Jika laba berada dibawah *bogey* ,tidak akan ada bonus yang akan diperoleh manajer. Sedangkan jika laba berada diatas *cap*, manajer tidak akan mendapat bonus tambahan.

2. *The Debt covornant hypotesis*

Perusahaan yang semakin mendekati pelanggaran *debt covornant* (perjanjian kontrak utang) cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang menggeser *reported earning* dari *future periods* ke *current periods* (menaikan laba yang dilaporkan sekarang). Pada perusahaan yang memiliki rasio *debt to equity* yang tinggi, manajer keuangan cenderung menggunakan metode akuntansi yang dapat meningkatkan pendapatan/laba. Dan perusahaan akan mengalami kesulitan dalam memperoleh tambahan dana dari pihak kreditor. Bahkan perusahaan akan terancam melanggar perjanjian utang sehingga melakukan manajemen laba untuk menyelamatkan perusahaan.

3. *The Political Cost Hypothesis*

Perusahaan dengan penghasilan tinggi akan sangat rentan terhadap penggalian kekayaan transfer politik dalam bentuk undang-undang dan regulasi. Manajer dalam perusahaan yang mereka kelola akan memiliki insentif untuk menggunakan prosedur akuntansi dan mengurangi laporan pendapatan. Semakin besar political

cost yang dihadapi suatu perusahaan, maka manajer cenderung untuk memilih prosedur akuntansi yang menanggihkan *reported earning* dari *current* ke *future period* (menurunkan laba yang dilaporkan sekarang). *Political Cost Hypotesis* menyatakan bahwa semakin besar *political cost* yang dihadapi perusahaan akan mengakibatkan kecenderungan pemilihan prosedur akuntansi yang dapat menanggihkan pelaporan laba dari periode saat ini ke periode yang masa mendatang sehingga dapat memperkecil laba yang dilaporkan. Biasa politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen.

Yateno dan Sari (2016:7) Mengemukakan pemahaman atas manajemen laba menjadi dua hal. Pertama, melihatnya sebagai perilaku oportuni manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan *political cost*. Kedua, dengan memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting*, 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. Sehingga manajer dapat mempengaruhi nilai pasar perusahaannya melalui manajemen laba.

Yateno dan Sari (2016:7) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba adalah sebagai berikut:

1. Motivasi Program Bonus

Manajer memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini. Tindakan ini bertujuan untuk memaksimalkan bonus mereka berdasarkan program kompensasi perusahaan.

2. Motivasi Politik

Perusahaan yang aktivitasnya berhubungan dengan publik atau perusahaan yang bergerak di industri strategis dan skala yang besar menjadi mudah untuk diawasi. Perusahaan seperti ini cenderung untuk mengelola labanya. Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan public. perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan

karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3. Motivasi Perpajakan

Masalah perpajakan merupakan salah satu alasan mengapa pihak manajemen perusahaan berusaha mengurangi tingkat laba bersih yang dilaporkan agar nilai pajak yang harus ditanggung dapat diperkecil. Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metode akuntansi digunakan dengan tujuan untuk penghematan pajak pendapatan.

4. Motivasi Penggantian *Chief Executif Officer* (CEO)

Adanya penggantian CEO biasanya diikuti dengan fenomena manajemen laba dimana seorang CEO yang mendekati masa akhir jabatannya biasanya berusaha memaksimalkan laba yang dilaporkan agar tingkatan bonus yang mereka terima bisa lebih tinggi. Demikian pula CEO yang kurang berhasil dalam meningkatkan kinerja perusahaannya kadang berusaha melakukan manajemen biaya yang akan datang dimana ia mengakui biaya yang akan datang dengan harapan mendapatkan tingkatan laba yang lebih tinggi di masa mendatang.

5. *Initial Public Offering* (IPO)

Perusahaan yang melakukan penawaran saham untuk pertama kalinya biasanya dihadapkan pada masalah penentuan harga saham yang ditawarkan, karena perusahaan tersebut belum mempunyai harga pasar. Untuk itu perusahaan cenderung melakukan manajemen laba untuk memperoleh harga saham sesuai dengan keinginannya. Dengan cara memanajemen tingkat laba bersih. Laba bersih dalam laporan keuangan dalam prospektus merupakan sumber informasi yang dapat menarik investor, karena laba bersih sering dianggap investor sebagai suatu “sinyal” mengenai nilai perusahaan.

6. Motivasi Perjanjian Utang (*Debt Covenants Motivations*)

Debt Covenant atau kontrak jangka panjang merupakan perjanjian yang dibuat antara kreditur dan debitur dengan tujuan untuk melindungi kepentingan kreditur atas tindakan-tindakan yang dilakukan manajer

perusahaan. tindakan -tindakan yang dapat menurunkan tingkat keamanan atau menaikkan resiko kreditur seperti pembagian deviden yang berlebihan ,pemberian pinjaman yang berlebihan ataupun memberikan modal kerja kepada pemilik diatas perjanjian yang telah ditetapkan. Manajemen laba dalam konteks *debt covenant* sering dilakukan perusahaan yang berada dalam ancaman kebangkrutan agar tetap bertahan.

7. Pentingnya Memberi Informasi Kepada Investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba peru disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik. Efisiensi pasar relatif terhadap ketersediaan informasi secara publik. Jika manajemen laba dapat mengungkapkan *Inside Information*, maka hal tersebut dapat meningkatkan kualitas informasi pelaporan keuangan.

2.2.3.4 Metode Manajemen Laba

Metode manajemen laba terbagi atas 2 macam diantaranya :

1. Manajemen Laba Akrual

Manajemen laba dapat terjadi karena penyusunan laporan keuangan menggunakan dasar akrual. Sistem akuntansi akrual sebagaimana yang ada pada prinsip akuntansi yang dapat akuntansi yang akan memberi pengaruh kepada pendapatan yang akan dilaporkan. Dalam hal ini pendapatan dapat dimanajemen melalui *discretionary accruals*. Secara teknis akrual merupakan perbedaan antara laba dan kas. Yakni merupakan selisih antara kas masuk dari hasil operasi perusahaan dengan laba yang dilaporkan dalam laporan laba-rugi, Yang bisa bersifat *discretionary accruals* dan *non-discretionary accruals*. Akrual merupakan komponen utama pembentuk laba dan akrual disusun berdasarkan estimasi-estimasi tertentu. Manajemen laba akrual dilakukan dengan mempermainkan komponen-komponen akrual dalam pelaporan keuangan.

2. Manajemen Laba Real

Manajemen aktivitas riil merupakan manajemen yang dilakukan oleh manajemen melalui aktivitas perusahaan sehari-hari selama periode akuntansi berjalan. Kegiatan manajemen aktivitas riil dimuai dari praktek operasional yang normal, yang dimotivasi oleh manajer yang berkeinginan untuk menyesatkan setidaknya beberapa stakeholder untuk percaya bahwa tujuan pelaporan keuangan tertentu telah dipenuhi secara normal. Oleh karena itu, manajemen ini dapat dilakukan kapan saja sepanjang periode akuntansi berjalan dengan tujuan spesifik yaitu memenuhi target laba tertentu, menghindari kerugian, dan mencapai target *analyst forecast*. Pemilihan waktu yang tepat menjadi bagian penting perusahaan dalam hal ini manajer memiliki kemampuan untuk melakukan manajemen aktivitas riil. Manajemen laba riil dapat dilakukan dengan 3 cara yaitu :

A. Manajemen penjualan

Manajemen Penjualan merupakan usaha untuk meningkatkan penjualan secara temporer dalam periode tertentu dengan menawarkan diskon harga produk secara berlebihan atau memberikan persyaratan kredit lunak. Strategi ini dapat meningkatkan volumen penjualan dan laba periode saat ini.

B. Penurunan beban-beban diskresionari

Perusahaan dapat meurunkan beban -beban diskresionari seperti beban penelitian dan pengembangan, iklan dan penjualan, administrasi dan umum terutama dalam periode pengeluaran tersebut tidak langsung menyebabkan pendapatan dan laba. Strategi ini dapat meningkatkan laba dan arus kas periode saat ini.

C. Produksi yang berlebihan

Untuk meningkatkan laba, manajer perusahaan dapat memproduksi lebih banyak dari pada yang diperlukan dengan asumsi bahwa tingkat produksi lebih tinggi akan menyebabkan biaya perunit produk lebih rendah. Strategi ini dapat menurunkan biaya barang yang terjual dan meningkatkan laba operasi.

2.2.3.5 Model Empiris Dalam Mendeteksi Manajemen Laba

Manajemen laba akrual diukur dengan *discretionary accrual* dengan model modifikasi Jones atau *Modified Jones Model*. Pengukuran manajemen laba akrual dengan menggunakan DA sebagai proksi manajemen laba dihitung dengan model sebagai berikut:

1. Menghitung total accrual (TAC) dimana laba bersih tahun t dikurangi dengan total arus kas operasi tahun t :

$$TAC = NI_{it} - CFO_{it}$$

Sumber: Riahi (2016:201)

2. Mengestimasi *total accrual* (TAC) dengan *ordinary least square* (OLS) untuk mendapatkan koefisien regresi :

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Sumber: Riahi (2016:201)

3. Setelah mendapatkan koefisien regresi, langkah selanjutnya adalah menghitung *nondiscretionary accruals* (NDA) dengan rumus sebagai berikut:

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta Rev_{it}}{A_{it-1}} - \frac{\Delta Rec_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right)$$

Sumber: Riahi (2016:201)

4. Langkah terakhir adalah menghitung *discretionary accruals* (DA) sebagai ukuran dari manajemen laba.

$$DA_{it} = \frac{TA_{it}}{A_{it-1}} - NDA_{it}$$

Sumber: Riahi (2016:201)

Keterangan :

DA_{it} = Discretionary Accruals perusahaan i dalam periode tahun t.

NDA_{it} = Nondiscretionary Accruals perusahaan i dalam periode tahun t.

TA_{it} = Total accrual perusahaan i dalam periode tahun t.

NI_{it}	= Laba bersih perusahaan i dalam periode tahun t.
CFO_{it}	= Arus kas dari aktivitas operasi perusahaan i dalam periode tahun t.
A_{it-1}	= Total asset perusahaan i dalam periode tahun t.
ΔRev_{it}	= Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t -1.
ΔRec_{it}	= Piutang usaha perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan piutang usaha perusahaan i pada tahun t.
PPE_{it}	= Total asset tetap berwujud perusahaan i dalam periode tahun t.
ε	= Error.

2.2.4 Nilai Perusahaan

Darmawang *et,al* (2019:69) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor yang sering dikaitkan dengan harga saham. Sedangkan harga pasar saham adalah nilai pasar sekuritas yang dapat diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang telah ditentukan berdasarkan harga penutupan atau *closing price* yang merupakan harga saham terakhir kali pada saat berpindah tangan di akhir perdagangan. Harga saham yang tinggi membuat nilai perusahaan tinggi pula.

Nilai perusahaan dapat didefinisikan sebagai pandangan yang dimiliki oleh investor terhadap tingkat keberhasilan perusahaan yang memiliki hubungan erat dengan harga saham yang diinvestasikan oleh investor yang bersangkutan. Sehingga, dalam hal ini ukuran dari keberhasilan manajemen dalam melaksanakan tugasnya dapat dilihat dari kemampuan perusahaan membuat para pemegang saham sejahtera. Nilai perusahaan juga dapat didefinisikan sebagai kondisi yang telah dicapai oleh suatu perusahaan sebagai gambaran dari kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan setelah melalui suatu proses kegiatan usaha selama beberapa tahun, yaitu mulai dari perusahaan tersebut didirikan sampai dengan sekarang.

Fahmi dan Prayoga(2019:69) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan harga yang bersedia dibayar oleh calon pembeli yang bersedia dibayar oleh calon pembeli

apabila perusahaan tersebut dijual. Semakin tinggi nilai perusahaan semakin besar kemakmuran yang diterima oleh pemilik perusahaan.

Wijaya dan Budiasih (2018 : 1674) menyatakan bahwa indikator dalam mengukur kinerja perusahaan khususnya nilai perusahaan dapat menggunakan indikator *Tobin Q*. Indikator *Tobin Q* adalah indikator yang menunjukkan suatu performa manajemen dalam mengelola perusahaan. Nilai *Tobin Q* menggambarkan suatu kondisi peluang investasi yang dimiliki perusahaan atau potensi pertumbuhan nilai pasar saham (*Market value of outstanding stock*) dibandingkan dengan nilai seluruh modal yang ditempatkan dalam aktiva produksi (*replacement value all production capacity*), maka indikator *Tobin Q* dapat digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dari sisi nilai pasar suatu perusahaan.

$$Q = \frac{(MVE + D)}{(BVE + D)}$$

Sumber : Wijaya dan Budiasih (2018 : 1674)

Keterangan :

Q : Nilai Perusahaan

MVE : Nilai Pasar Ekuitas

BVE : Nilai Buku Dari Total Ekuitas

D : Nilai Buku Dari Total Hutang

2.2.5 Laporan Keuangan dan Pelaporan Keuangan

Kiesso (2017:7) mengemukakan bahwa laporan keuangan merupakan sarana utama untuk menyampaikan informasi keuangan kepada pihak diluar perusahaan. Laporan keuangan menggambarkan sejarah perusahaan yang dikuantifikasi dalam satuan uang. Komponen laporan keuangan yang paling sering disajikan diantaranya: (1) Laporan Posisi Keuangan (2) Laporan Laba Rugi Atau Laba Rugi Komperehensif (3) Laporan Arus Kas (4) Laporan Perubahan Ekuitas. Pengungkapan catatan atas laporan keuangan merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari setiap laporan keuangan. Beberapa informasi keuangan lebih baik disajikan atau hanya dapat disajikan melalui **Pelaporan Keuangan**. Selain melalui laporan keuangan resmi. Contohnya mencakup surat direktur

atau informasi tambahan dalam laporan tahunan perusahaan, prospektus, laporan yang diajukan kepada badan pemeritah, berita terbaru, prakiraan manajemen dan laporan dampak sosial atau lingkungan. Perusahaan mungkin perlu menyajikan informasi tersebut karena pernyataan autoritatif, kaidah peraturan atau kebiasaan.atau informasi tersebut dapat disampaikan karena manajemen ingin mengungkapkan secara sukarela. Adapun tujuan dari pelaporan keuangan adalah memberikan informasi keuangan tentang entitas pelaporan yang berguna bagi investor sekarang dan potensial, pemberi pinjaman dan kreditor lainnya untuk membuat keputusan dalam kapasitas mereka sebagai penyedia modal. Selain bagi penyedia modal (investor), informasi yang berguna dalam pengambilan keputusan juga mungkin berguna bagi pengguna lain dari pelaporan keuangan yang bukan merupakan investor.

2.3 Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas diduga berpengaruh terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai kemampuan yang tinggi dalam menghasilkan laba yang dimilikinya cenderung akan memiliki jumlah kas dengan skala besar. Profitabilitas perusahaan yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan tersebut baik dan memiliki prospek jangka panjang, sehingga dapat menarik investor untuk membeli saham. Dengan banyaknya akan permintaan saham yang tinggi secara tidak langsung akan meningkatkan nilai perusahaan itu sendiri. Profitabilitas diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan. Dengan meningkatnya nilai perusahaan menjadikan perusahaan tersebut memiliki kemampuan dalam membayar deviden. (Sabrina *et.al*,2016:88)

Cahyani dan Wirawati (2019:1282) mengemukakan bahwa variabel profitabilitas memiliki pengaruh dan positif pada nilai perusahaan. Penelitian ini dapat membuktikan bahwa teori sinyal yang menyatakan bahwa informasi yang dikeluarkan perusahaan dapat berupa informasi keuangan yang menunjukkan kinerja keuangan yang diukur dengan rasio profitabilitas yang diprosikan melalui *return of assset* (ROA). Dengan uraian tersebut maka penelitian ini memberikan jawaban sementara bahwa ada pengaruh Profitabilitas terhadap nilai perusahaan.

2.3.2 Pengaruh Kualitas Audit Terhadap Nilai Perusahaan

Kualitas audit diduga berpengaruh terhadap variabel nilai perusahaan. Darmawang et.al (2019:65) mengemukakan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas audit memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan proksi ukuran kantor akuntan publik terdapat pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas Kantor Akuntan Publik dapat menjadi tolak ukur untuk investor menilai perusahaan. Diasumsikan kantor akuntan publik Big-four dianggap memiliki kualitas audit yang lebih baik karena para auditornya dibekali oleh serangkaian pelatihan dan prosedur serta memiliki program audit yang dianggap lebih akurat dan efektif dibandingkan dengan auditor dari kantor akuntan publik non big-four akan tetapi kualitas audit tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini diduga terjadi karena audit atas laporan keuangan yang dilakukan oleh kantor akuntan publik berkualitas dan independen bukanlah ditunjukan untuk mendeteksi adanya praktik manajemen laba, melainkan untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan.

Dengan uraian tersebut maka penelitian ini memberikan jawaban sementara bahwa ada pengaruh kualitas audit terhadap nilai perusahaan. Laporan keuangan setelah diaudit seharusnya mencerminkan angka-angka yang real. Auditor yang memiliki kompetensi dan independensi yang baik seharusnya bisa mendeteksi kecurangan yang dilakukan oleh pihak manajemen. Semakin besar KAP maka akan semakin besar kualitas audit yang dihasilkan.

2.3.3 Pengaruh Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Manajemen Laba diduga memiliki pengaruh signifikan terhadap nilai perusahaan dimana peraturan manajemen dengan penyajian laba yang bertujuan untuk memaksimalkan nilai pasar melalui pemilihan set kebijakan akuntansi .dalam praktiknya, manajemen laba adalah tindakan memanipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar lebih baik dari sebenarnya. Manajemen laba dapat merupakan alat komunikasi manajemen dalam perusahaan kepada investor.

Wijaya dan Budiasih (2018:1685) mengemukakan hasil penelitian yang menyatakan bahwa manajemen laba dengan pola income increasing saat akhir jabatan

CEO lama ternyata berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan laba direspon investor sebagai sinyal buruk dikarenakan semakin besarnya manajemen laba yang dilakukan melalui *discretionary accrual* yang dapat menyebabkan kualitas laba yang rendah sehingga pasar menilai perusahaan dengan harga saham yang rendah.

Hal tersebut bertolak belakang dari hasil penelitian Fahmi dan Prayoga (2018:236) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan pada periode penelitian 2013-2017 di BEI dimana manajemen laba adalah selisih dari total akrual dan non-diskresioner akrual.

Dengan uraian tersebut maka penelitian ini memberikan jawaban sementara bahwa ada pengaruh manajemen laba terhadap nilai perusahaan. manajemen laba adalah salah satu tindakan yang sangat merugikan investor maupun para pembuat regulator. Yaitu dengan memanipulasi laporan keuangan.

2.3.4 Pengaruh Profitabilitas, Kualitas Audit dan Manajemen Laba Terhadap Nilai Perusahaan

Profitabilitas, kualitas audit dan manajemen laba diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan Kasmir (2014:196) menyatakan bahwa rasio profitabilitas merupakan rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efisiensi manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini menunjukkan efisiensi perusahaan. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara komponen yang ada di laporan keuangan, terutama yang ada di laporan laba/rugi dan neraca. pengukuran dapat dilakukan untuk beberapa periode operasi. Profitabilitas juga berfungsi sebagai alat prediksi keberlangsungan usaha suatu perusahaan di masa yang akan datang. oleh sebab itu setiap entitas perusahaan selalu berusaha meningkatkan profitabilitasnya, hal tersebut dikarenakan perusahaan dengan tingkat profitabilitas yang tinggi akan terjamin keberlangsungan usahanya. Meski ada beragam indikator penilaian profitabilitas yang lazim digunakan perusahaan, peneliti akan menggunakan rasio *Return On Asset (ROA)*.

Tandionthong (2016: 199) menyatakan bahwa kualitas adalah suatu tingkatan atau derajat baik buruknya mutu sesuatu. Sesuatu disini dapat berupa barang atau jasa.

Pengukuran derajat baik atau buruknya kualitas barang atau jasa harus dikaitkan dengan pemenuhan kriteria tertentu, yang telah disepakati bersama. Dalam kajian ini audit sebagai suatu jasa yang diberikan oleh seorang auditor, memiliki standar pemeriksaan yang telah disepakati bersama. Standar minimal yang harus dipenuhi auditor dalam pelaksanaan kegiatan audit laporan keuangan adalah SA (Standar Audit) untuk laporan keuangan sektor komersial dan SPAP (Standar Profesional Akuntan Publik) untuk laporan keuangan sektor publik. Sujoko dan Subiantoro, 2011 dalam Darmawang Dkk (2019:69) menyatakan bahwa nilai perusahaan merupakan persepsi investor yang sering dikaitkan dengan harga saham. Sedangkan harga pasar saham adalah nilai pasar sekuritas yang dapat diperoleh investor apabila investor menjual atau membeli saham, yang telah ditentukan berdasarkan harga penutupan atau closing price yang merupakan harga saham terakhir kali pada saat berpindah tangan di akhir perdagangan.

Wijaya dan Budiasih (2018:1685) mengemukakan hasil penelitian yang menyatakan bahwa manajemen laba dengan pola income increasing saat akhir jabatan CEO lama ternyata berpengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan. Peningkatan laba direspon investor sebagai sinyal buruk dikarenakan semakin besarnya manajemen laba yang dilakukan melalui *discretionary accrual* yang dapat menyebabkan kualitas laba yang rendah sehingga pasar menilai perusahaan dengan harga saham yang rendah.

Hal tersebut bertolak belakang dari hasil penelitian Fahmi dan Prayoga (2018:236) yang menyatakan bahwa nilai perusahaan tidak dipengaruhi oleh tindakan manajemen laba yang dilakukan oleh pihak manajemen perusahaan pada periode penelitian 2013-2017 di BEI dimana manajemen laba adalah selisih dari total akrual dan non-diskresioner akrual.

Darmawang *et.al* (2019:65) mengemukakan hasil penelitian yang menyatakan bahwa kualitas audit memiliki pengaruh dan signifikan terhadap nilai perusahaan dengan menggunakan proksi ukuran KAP memiliki pengaruh yang signifikan terhadap nilai perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas KAP dapat menjadi tolak ukur untuk investor menilai perusahaan. Karena diasumsikan KAP Big-four dianggap lebih berkualitas karena para auditornya dibekali oleh serangkaian pelatihan dan prosedur serta memiliki program audit yang dianggap lebih akurat dan efektif dibandingkan dengan auditor KAP non *big-four* akan tetapi kualitas audit tidak memiliki pengaruh signifikan

terhadap manajemen laba. Hal ini diduga terjadi karena audit atas laporan keuangan yang dilakukan oleh KAP berkualitas dan independen bukanlah ditunjukan untuk mendeteksi adanya praktik manajemen laba, melainkan untuk meningkatkan kredibilitas laporan keuangan.

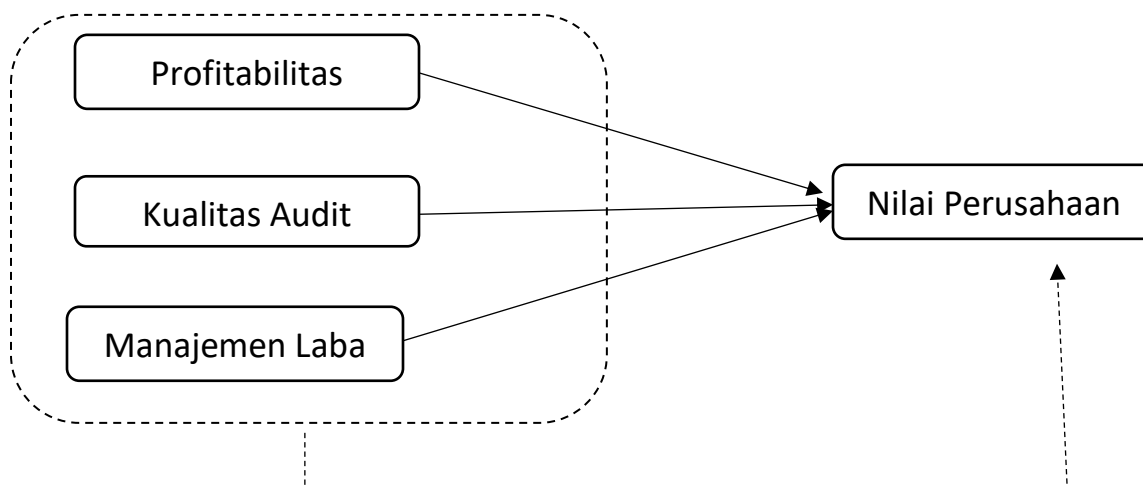
Dengan uraian tersebut penelitian ini memberikan jawaban sementara bahwa ada pengaruh profitabilitas, kualitas audit, manajemen laba terhadap nilai perusahaan.

2.4 Pengembangan Hipotesis

Berdasarkan penjabaran teori, tujuan penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka dapat disusunlah hipotesis penelitian sebagai berikut :

- H1 : Profitabilitas diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
- H2 : Kualitas Audit diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
- H3 : Manajemen Laba diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan
- H4 : Profitabilitas, Kualitas Audit, dan Manajemen Laba diduga memiliki pengaruh terhadap nilai perusahaan.

2.5 Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 2.1 peneliti memberikan jawaban sementara Profitabilitas, Kualitas Audit dan Manajemen Laba berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap nilai perusahaan.

