

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil-hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh penulis merujuk pada penelitian-penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang dilakukan Pipit Widhi Astuti (2017) dalam penelitiannya peneliti menunjukkan bahwa *profitabilitas* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba, *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, dan kualitas audit tidak berpengaruh terhadap manajemen laba.

Penelitian yang dilakukan oleh, Yofi Prima A (2018) Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, *Leverage*, dan *Profitabilitas* berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba. Secara parsial, Ukuran Perusahaan dan *Profitabilitas* tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba, sedangkan Umur Perusahaan dan *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Wardani (2015) Penelitian ini menggunakan data perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) tahun 2010-2012 sebanyak 87 sampel perusahaan. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap manajemen laba adalah ukuran perusahaan yang menunjukkan arah negatif. Semakin kecil total aset yang dimiliki perusahaan maka semakin tinggi praktik manajemen laba yang dilakukan dalam perusahaan tersebut. Variabel *profitabilitas* dan *leverage* tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap praktik manajemen laba yang dilakukan perusahaan pertambangan.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Najmi Yatul husna (2016) Metode analisis yang digunakan antara lain uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik (uji multikolonieritas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas), dan uji hipotesis. variabel *profitabilitas*, *leverage*, umur, dan ukuran perusahaan secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap variabel

manajemen laba. Dan secara parsial hasil penelitian menunjukkan bahwa *profitabilitas*, *leverage*, dan umur perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan ukuran perusahaan terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Hendra (2018) menunjukkan bahwa Leverage diperoleh hasil bahwa secara parsial variabel ini juga berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. perusahaan dengan rasio leverage tinggi berpengaruh dalam melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan dalam keadaan gagal bayar.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Dendi Purama (2017) Hasil analisis menunjukkan bahwa *profitabilitas* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba sedangkan *leverage* dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap laba pengelolaan. Sedangkan secara bersama-sama menunjukkan bahwa variabel *profitabilitas*, ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba.

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh Gunawan (2015) Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode purposive sampling. Data yang digunakan adalah data sekunder. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Populasi data dalam penelitian ini adalah semua perusahaan manufaktur yang terdaftar dalam Bursa Efek Indonesia (BEI) periode tahun 2009-2013 sejumlah 131 perusahaan. Sampel sejumlah 18 perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Secara simultan ukuran perusahaan, *profitabilitas*, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian yang dilakukan oleh Erik (2017) Hasil dari penelitiannya Profitabilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba dan pengaruh yang ditimbulkan adalah positif. dan Variabel Leverage memiliki

pengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba dan pengaruh yang ditimbulkan adalah positif.

Edison et al (2020). Hasil penelitian menunjukkan bahwa DER dan SG berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba (EM). Kesesuaian model teoritis dan empiris menunjukkan model yang cukup kuat.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Profitabilitas

Menurut Fahmi (2014), *profitabilitas* adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Sedangkan Kasmir (2014), perusahaan dengan tingkat pengembalian yang tinggi atas investasi menggunakan utang yang relatif kecil karena tingkat pengembalian yang tinggi memungkinkan perusahaan untuk membiayai sebagian besar pendanaan internal. Dengan kata lain, perusahaan dengan laba ditahan yang besar, akan menggunakan laba ditahan terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk menggunakan utang.

Gitman (2012:629), mengemukakan bahwa *Profitability is the relationship between revenue and cost generated by using the firm's assets both current and fixed in productive activities*. Artinya hubungan antara pendapatan dan biaya-biaya yang dihasilkan dengan penggunaan asset perusahaan yang lancar dan tetap dalam aktivitas produktif. Sartono (2013:122) mengemukakan *Profitabilitas* adalah Kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aset maupun modal sendiri.

Menurut Sugiono (2016), *profitabilitas* dapat di prosikan pada rasio *Return On Asset (ROA)* dimana membandingkan laba setelah pajak dengan total asset. *Return on Asset is a part of Profitability ratio which, according to*. Purwaningsih dan Suyanto (2015), *is the ability of a company to earn profit through all their capabilities and existing sources such as sales activities, cash capital, number of labors, branches, etc*

Profitabilitas atau kemampulabaan merupakan kemampuan perusahaan didalam menghasilkan laba. *Profitabilitas* mencerminkan keuntungan dari investasi keuangan. Rasio *profitabilitas* bermanfaat untuk menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan (Fahmi, 2011). Return on Assets adalah salah satu bentuk dari rasio *profitabilitas* untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba.

Profitabilitas adalah kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba pada tingkat penjualan, aset, dan modal saham tertentu. Kemampuan perusahaan dalam mendapatkan laba akan menarik investor untuk menanamkan dananya guna memperluas usahanya, sebaliknya jika tingkat *profitabilitas* perusahaan rendah maka investor akan menarik dananya. Bagi perusahaan *profitabilitas* digunakan sebagai kajian atas efektivitas pengelolaan perusahaan tersebut. Dengan adanya kemampuan mendapatkan laba yang menggunakan semua sumber daya perusahaan, maka semua tujuan perusahaan akan tercapai. Tujuan penggunaan *profitabilitas* bagi perusahaan adalah menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode, membandingkan perolehan laba dari tahun sebelumnya dengan tahun sekarang, dan mengukur produktifitas seluruh dana perusahaan yang digunakan. Berikut perhitungan *profitabilitas* yang biasa digunakan, sebagai berikut :

1. *Gross Profit Margin* (GPM)

Gross Profit Margin (GPM) merupakan persentase laba kotor dibandingkan dengan penjualan. Berikut rumus perhitungan *Gross Profit Margin* (GPM) :

$$\text{GPM} = \frac{\text{Penjualan} - \text{HPP}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

2. *Net Profit Margin* (NPM)

Net Profit Margin (NPM) merupakan persentase perbandingan laba setelah pajak dengan penjualan. NPM dihitung dengan rumus :

$$\text{NPM} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}} \times 100\%$$

3. *Return On Asset*

Return On Asset merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan semua aset yang dimiliki perusahaan. Rumus ROA sebagai berikut :

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

4. *Return On Equity (ROE)*

Return On Equity digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan memperoleh laba yang tersedia untuk para investor perusahaan. Berikut perhitungan *Return On Equity* :

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Total Ekuitas}} \times 100\%$$

5. *Return On Investment (ROI)*

Return On Investment merupakan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba yang akan digunakan untuk menutup investasi yang dikeluarkan. Rumus perhitungan *Return On Investment* sebagai berikut :

$$\text{ROI} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Invesment}} \times 100\%$$

Dalam penelitian *profitabilitas* yang digunakan diproksikan dengan ROA. *Return on Assets* merupakan salah satu rasio *profitabilitas*. Analisis laporan keuangan, rasio ini paling sering disoroti, karena mampu menunjukkan keberhasilan perusahaan menghasilkan keuntungan. ROA mampu mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan pada masa lampau untuk kemudian diproyeksikan di masa yang akan datang. *Assets* atau aset yang dimaksud adalah keseluruhan harta perusahaan, yang diperoleh dari modal sendiri maupun dari modal asing yang telah diubah perusahaan menjadi aset-aset perusahaan yang digunakan untuk kelangsungan hidup perusahaan. *Return On Asset* merupakan rasio antar laba bersih yang berbanding terbalik dengan keseluruhan aset untuk menghasilkan laba. Rasio ini menunjukkan berapa besar laba bersih yang diperoleh perusahaan diukur dari nilai asetnya. Analisis Return On assets atau sering diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sebagai rentabilitas ekonomi mengukur perkembangan perusahaan menghasilkan laba pada masa lalu. Analisis ini kemudian diproyeksikan ke masa mendatang untuk melihat kemampuan perusahaan menghasilkan laba pada masa-masa mendatang.

Menurut Riyanto (2012:336), istilah ROA dengan *Net Earning Power Ratio (Rate of Return on Investment / ROI)* yaitu kemampuan dari modal yang diinvestasikan dalam keseluruhan aset untuk menghasilkan keuntungan neto. Keuntungan neto yang beliau maksud adalah keuntungan neto sesudah pajak. Menurut Sawir (2013:32), *Return On Asset* yaitu rasio antara *Net Income After Tax* terhadap aset secara keseluruhan menunjukkan ukuran produktivitas aset dalam memberikan pengembalian pada penanaman modal. Menurut Simamora (2015:529), *Return on Asset* yaitu Rasio imbalan aset merupakan suatu ukuran keseluruhan *profitabilitas* perusahaan.

Menurut Brigham dan Houston (2013:90), rasio laba bersih terhadap total aset mengukur pengembalian atas total aset setelah bunga dan pajak. Menurut Horne dan Wachowicz (2012:235), ROA mengukur efektivitas keseluruhan dalam menghasilkan laba melalui aset yang tersedia: daya untuk menghasilkan laba dari modal yang diinvestasikan. Masih menurut Horne dan Wachowicz menghitung ROA dengan menggunakan rumus laba bersih setelah pajak dibagi dengan total aset.

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa ROA dalam penelitian ini adalah mengukur perbandingan antara laba bersih setelah dikurangi beban bunga dan pajak (*Earning After Taxes / EAT*) yang dihasilkan dari kegiatan pokok perusahaan dengan total aset (*assets*) yang dimiliki perusahaan untuk melakukan aktivitas perusahaan secara keseluruhan dan dinyatakan dalam persentase. *Return on Asset* merupakan rasio imbalan aset dipakai untuk mengevaluasi apakah manajemen telah mendapat imbalan yang memadai (*reasobable return*) dari aset yang dikuasainya. Dalam perhitungan rasio ini, hasil biasanya didefinisikan sebagai sebagai laba bersih (*Operating income*). Rasio ini merupakan ukuran yang berfaedah jika seseorang ingin mengevaluasi seberapa baik perusahaan telah memakai dananya, tanpa memperhatikan besarnya relatif sumber dana tersebut. *Return On Asset* kerap kali dipakai oleh manajemen puncak untuk mengevaluasi unit-unit bisnis di dalam suatu perusahaan multidivisional.

Menurut Brigham dan Houston (2013:99), pengembalian atas total aset dihitung dengan cara membandingkan laba bersih yang tersedia untuk pemegang saham biasa dengan total aset, dengan rumus sebagai berikut :

$$\text{Return on assets} = \frac{\text{Net Income After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

2.2.2. Leverage

Leverage adalah penggunaan aset dan sumber dana oleh perusahaan yang memiliki biaya tetap dengan maksud agar meningkatkan keuntungan potensial pemegang saham. Semakin tinggi rasio *leverage*, berarti semakin tinggi pula proporsi pendanaan perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Dengan demikian, tingkat *leverage* perusahaan menggambarkan risiko keuangan perusahaan. *Leverage* dapat dipahami sebagai penaksir dari risiko yang melekat pada suatu perusahaan. Hal ini berarti *leverage* yang semakin besar menunjukkan resiko investasi yang semakin besar pula. Rasio *leverage* merupakan proporsi total hutang terhadap rata-rata ekuitas pemegang saham. Rasio tersebut digunakan untuk mengukur seberapa jauh perusahaan dibiayai oleh dana pinjaman. Penggunaan hutang dalam membiayai investasi perusahaan akan memunculkan resiko keuangan. Resiko keuangan merupakan kemungkinan yang akan terjadi

apabila perusahaan tidak dapat menutupi biaya yang timbul akibat hutang yang berupa bunga. *Leverage* mempunyai dua rasio yaitu :

1. *Debt Ratio* (Rasio Hutang)

Debt Ratio merupakan rasio antara total hutang dengan total aset yang dinyatakan dalam persentase. Rasio hutang mengukur berapa persen aset perusahaan yang dibelanjahi dengan hutang. Rumusnya sebagai berikut :

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total}}{\text{Total Aktiva}}$$

2. *Debt Equity Ratio* (Rasio Total Hutang terhadap Modal Sendiri/Ekuitas) Rasio total hutang dengan modal sendiri merupakan perbandingan total hutang yang dimiliki perusahaan dengan modal sendiri (ekuitas). Rumus perhitungannya sebagai berikut :

$$\text{Total Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total}}{\text{Modal Sendiri}}$$

Dalam penelitian ini *leverage* dapat diukur dengan *Debt to Equity ratio* (DER).

Debt to Equity Ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang. *Debt to Equity Ratio* untuk setiap perusahaan tentu berbeda-beda, tergantung karakteristik bisnis dan keberagaman arus kasnya. Perusahaan dengan arus kas yang stabil biasanya memiliki rasio yang lebih tinggi dari rasio kas yang kurang stabil (Kasmir, 2013).

Menurut Sawir (2012) Rasio ini menggambarkan perbandingan utang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menunjukkan kemampuan modal sendiri

perusahaan tersebut untuk memenuhi seluruh kewajibannya. Formulasi dari *debt to equity ratio* adalah sebagai berikut:

$$\text{Debt Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100\%$$

2.2.3. Pertumbuhan penjualan

Tingkat pertumbuhan penjualan menunjukkan tingkat perubahan penjualan dari tahun ke tahun. Semakin tinggi tingkat pertumbuhan penjualan, perusahaan akan lebih banyak mengandalkan modal eksternal. Sebuah perusahaan dengan penjualan yang relatif stabil, dapat lebih aman memperoleh lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak stabil. Penjualan memiliki pengaruh yang tinggi bagi perusahaan, karena penjualan didukung dengan harta dan aset. Perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan penjualan yang tinggi membutuhkan banyak investasi pada aset, baik aset tetap atau aset lancar. Pertumbuhan penjualan merupakan suatu indikator permintaan dan daya saing perusahaan dalam industri. Pertumbuhan penjualan mempunyai peranan yang penting dalam manajemen modal kerja. Perusahaan dapat mengetahui besar profit yang didapatkan, melalui seberapa besar pertumbuhan penjualan. Pertumbuhan penjualan dapat dijadikan prediksi pertumbuhan di masa depan, dengan melihat keberhasilan investasi periode masa lalu. Perusahaan harus mempunyai strategi yang sesuai agar dapat memenangkan pasar dan menarik konsumen agar membeli produknya.

Clarensia dan Azizah (2012) menyatakan bahwa pertumbuhan penjualan dapat dilihat dari kenaikan jumlah penjualan dari waktu ke waktu. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi, lebih banyak membutuhkan investasi pada aset. Perusahaan dengan tingkat penjualan yang tinggi juga mampu memenuhi kewajiban finansialnya ketika perusahaan membelanjai asetnya dengan utang, dan sebaliknya. Penjualan yang relatif stabil lebih aman, karena mendapatkan lebih banyak pinjaman dan menanggung beban tetap yang lebih tinggi dibandingkan dengan perusahaan yang penjualannya tidak tetap. Hal ini dikarenakan kebutuhan

dana yang digunakan untuk pembiayaan pertumbuhan penjualan semakin besar. Tingkat pertumbuhan penjualan dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$G = \frac{S1 - S0}{S0}$$

Keterangan:

G = Growth Sales Rate (tingkat pertumbuhan penjualan)

S1 = Total Current Sales (total penjualan selama periode berjalan)

S0 = Total Sales For Last Period (total penjualan periode yang lalu)

2.2.4. Manajemen laba

Tidak ada definisi tunggal untuk manajemen laba dalam literatur. Para peneliti telah memberikan penjelasan berbeda yang terutama mendefinisikan manajemen laba sebagai manipulasi pelaporan keuangan untuk mencapai target spesifik. Berikut beberapa definisi paling umum tentang manajemen laba dalam urutan kronologis.

Schipper (2011: 92) berfokus pada definisinya tentang manipulasi pelaporan eksternal untuk mencapai manfaat pribadi seperti meningkatkan kompensasi manajer di mana. Manajemen laba berarti manajemen pengungkapan dalam arti campur tangan yang disengaja dalam proses pelaporan keuangan eksternal, dengan maksud memperoleh beberapa keuntungan pribadi yang bertentangan dengan, katakanlah, hanya memfasilitasi operasi proses yang netral. Healy dan Wahlen (2012 :368) juga fokus pada mengubah pelaporan keuangan untuk menyesatkan para pemangku kepentingan dan mencapai manfaat kontrak. Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan dalam menyusun transaksi untuk mengubah laporan keuangan untuk menyesatkan beberapa pemangku kepentingan tentang kinerja ekonomi yang mendasari perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang bergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan.

Mulford dan Comiskey (2012: 3) menekankan keleluasaan manajemen untuk memenuhi target pendapatan yang mungkin ditetapkan oleh pihak internal

atau eksternal. Dalam pengertian ini, definisi manajemen laba adalah sebagai berikut: Manipulasi aktif dari pendapatan menuju target yang telah ditentukan, yang dapat ditetapkan oleh manajemen, perkiraan yang dibuat oleh analis, atau jumlah yang konsisten dengan aliran pendapatan yang lebih lancar dan lebih berkelanjutan. Phillips et al. (2013: 493) memberikan definisi singkat tentang manajemen laba yang menekankan pada manipulasi pilihan akuntansi dan arus kas operasi sebagai berikut: Kebijakan manajemen atas pilihan akuntansi dan arus kas operasi.

Manajemen laba adalah campur tangan 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 bias dalam laporan keuangan dan dapat mengganggu pemakai laporan keuangan yang mempercayai angka laba hasil rekayasa tersebut Sebagai angka laba tanpa rekayasa (Setiawati dan Na'im, 2010).

Dalam definisi luas Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) *profitabilitas* ekonomis jangka panjang unit tersebut. Menurut Schipper dalam Sutrisno (2012), manajemen laba merupakan suatu intervensi dengan tujuan tertentu dalam proses pelaporan keuangan eksternal, untuk memperoleh beberapa keuntungan privat (sebagai lawan untuk memudahkan operasi yang netral dari proses tersebut).

Manajemen laba memiliki beberapa bentuk, antara lain:

1. *Taking a Bath*

Terjadinya *taking a bath* pada periode stress atau reorganisasi termasuk penggantian CEO baru. Bila perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer merasa dipaksa untuk melaporkan laba yang tinggi, maka konsekuensinya manajer akan menghapus aktiva dengan harapan labatersebut akan meningkat.

2. *Income Minimization*

Bentuk ini dilakukan sebagai alasan politis pada periode laba yang tinggi karena mempercepat penghapusan aktiva tetap dan aktiva tak berwujud serta mengakui pengeluaran-pengeluaran sebagai biaya.

3. *Income Maximation*

Bentuk ini bertujuan untuk melaporkan net income yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar.

4. *Income Smoothing*

Merupakan tindakan untuk menaikkan atau menurunkan laba untuk mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan sehingga perusahaan terlihat stabil dan tidak berisiko tinggi.

Ada beberapa alasan yang dapat memotivasi seorang manajer melakukan manajemen laba, yaitu :

1. *Bonus Scheme (Rencana Bonus)*

Manajer akan berusaha mengatur laba yang dilaporkan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan diterima.

2. *Other Contractual Motivation (Motivasi Kontraktual Lainnya)*

Pelanggaran terhadap batasan-batasan yang termuat dalam kontrak kredit merupakan hal yang menakutkan bagi manajemen. Kondisi keuangan yang menyebabkan perusahaan berada dalam posisi nyaris melanggar perjanjian kredit dapat menjadi insentif bagi manajer untuk melakukan manajemen laba dalam rangka meminimalkan probabilitas pelanggaran perjanjian kredit.

3. *Political Motivation (Motivasi Politik)*

Perusahaan besar cenderung menurunkan laba untuk mengurangi visibilitasnya, yang dilakukan untuk mengurangi pengawasan dari pemerintah serta memperoleh kemudahan dan fasilitas dari pemerintah.

4. *Taxation Motivation (Motivasi Pajak)*

Reduksi tingkat pajak merupakan insentif bagi manajemen untuk melakukan rekayasa laba akuntansi, dimana semakin rendah laba maka semakin rendah pajak yang harus dibayarkan.

5. Pergantian CEO

CEO yang akan pensiun akan melakukan strategi untuk memaksimalkan laba dalam rangka meningkatkan bonusnya.

6. *Initial Public Offering*

Manajemen laba yang dilakukan dalam laporan keuangan bertujuan untuk mempengaruhi pasar yaitu persepsi investor dimana perusahaan akan cenderung mempertinggi angka laba. Hal ini dilakukan sebagai usaha untuk memaksimalkan penerimaan dari penawaran perdana saham.

7. *To Communicate Information to Investor*

Manajemen laba yang dilakukan untuk kepentingan investor supaya investor melihat laporan keuangan yang baik suatu perusahaan. Investor dapat menilai suatu perusahaan, menilai kinerja perusahaan di masa yang akan datang dengan menggunakan laba yang dilaporkan saat ini.

Peluang dan Teknik Manajemen Laba, Manajemen berpeluang melakukan praktik manajemen laba karena (Setiawati dan Nai'im, 2010):

1. Metode akuntansi memberikan peluang bagi manajemen untuk mencata suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda dan metode akuntansi memberikan peluang bagi manajemen untuk melibatkan subyektivitas dalam menyusun estimasi.
2. Informasi asimetri antara manajer dengan pihak luar. Manajer relatif memiliki lebih banyak informasi dibandingkan dengan pihak luar sehingga pihak luar tidak dapat mengawasi semua perilaku dan keputusan manajer secara detail.

Teknik dalam melakukan manajemen laba dapat dikelompokkan menjadi tiga (Setiawati dan Nai'im, 2000), yaitu:

1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi Cara manajemen untuk mempengaruhi laba melalui judgement terhadap estimasi akuntansi antara lain; estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, estimasi biaya garansi, dan lain-lain.

2. Mengubah metode akuntansi

Perubahan metode akuntansi digunakan untuk mencatat suatu transaksi, seperti merubah metode depresiasi aktiva tetap dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.

3. Menggeser periode biaya atau pendapatan

Teknik ini disebut sebagai manipulasi keputusan operasional. Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain mempercepat atau menunda pengeluaran untuk penelitian sampai periode akuntansi berikutnya, untuk promosi, kerja sama dengan vendor untuk mempercepat atau menunda pengiriman tagihan, pengiriman produk ke pelanggan, menjual investasi sekuritas untuk memanipulasi tingkat laba, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tidak dipakai.

Dapat disimpulkan bahwa secara umum manajemen laba didefinisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau memengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Manajemen laba diproksi berdasarkan rasio akrual modal kerja dengan penjualan, yaitu sebagai berikut :

$$\text{Manajemen Laba (ML)} = \text{Akrual Modal Kerja (t)} / \text{Penjualan Periode (t)}$$

$$\text{Akrual Modal Kerja} = \Delta AL - \Delta HL - \Delta Kas$$

Keterangan :

ΔAL = perubahan aktiva lancar pada periode t

ΔHL = perubahan hutang lancar pada periode t

ΔKas = perubahan kas dan ekuivalen pada kas pada periode t

2.3. Pengaruh Antar Variabel Penelitian

2.3.1. Pengaruh *profitabilitas* terhadap manajemen laba

Perusahaan dengan *Return on Assets* yang rendah memiliki kecenderungan yang lebih besar dalam melakukan Manajemen Laba. Diduga fluktuasi laba akan memberi dampak makin rendahnya atau menurunnya *profitabilitas* akan mendorong manajer melakukan Manajemen Laba. Dapat diduga bahwa fluktuasi *profitabilitas* yang menurun akan memiliki kecenderungan sebuah perusahaan melakukan manajemen laba agar perusahaan tampak sehat di mata investor hal ini senada dengan penelitian (Pradipta.dkk, 2015) bahwa *profitabilitas* yang menurun memiliki kecenderungan untuk melakukan Manajemen Laba agar laba tampak stabil.

Anak Agung (2017) Mengemukakan *Profitabilitas* berpengaruh positif dan signifikan pada manajemen laba, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi *profitabilitas* maka semakin tinggi manajemen laba. *Profitabilitas* menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang digunakan dalam kegiatan operasi. Kaitannya dengan manajemen laba (*earnings management*), *profitabilitas* dapat memengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. Karena jika *profitabilitas* yang didapat perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya di mata pemilik.

Arief Fahmi (2018) juga mengemukakan hasil dari *Profitabilitas* akan mempengaruhi manajer dalam melakukan tindakan manajemen laba. Pihak principal cenderung menuntut manajemen untuk mencapai *profitabilitas* yang tinggi. Apabila manajemen mampu mencapai target yang ditetapkan principal, manajemen akan dianggap mempunyai kinerja yang baik. Perusahaan yang memiliki *profitabilitas* rendah cenderung melakukan perataan laba. Perataan laba ini merupakan salah satu bentuk dari manajemen laba.

H1 : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba

2.3.2. Pengaruh *leverage* terhadap manajemen laba

Leverage mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, dimana investor akan melihat rasio *leverage* perusahaan yang terkecil karena rasio *leverage* mempengaruhi dampak risiko yang terjadi. Jadi semakin kecil rasio *leverage* semakin kecil risikonya, begitu juga sebaliknya. Dengan cara begitu ketika perusahaan mempunyai rasio *leverage* yang tinggi maka perusahaan cenderung akan melakukan praktik manajemen laba karena perusahaan terancam tidak bisa memenuhi kewajibannya dengan membayar hutangnya tepat waktu

Yovi (2018) mengemukakan *leverage* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba, Hal ini menunjukkan, semakin besar umur perusahaan atau *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan melaksanakan tindakan manajemen laba. Sebaliknya, semakin kecil umur perusahaan atau *leverage*, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melaksanakan tindakan manajemen laba.

Anak Agung (2017) Juga mengemukakan hal yang sama yaitu, *Leverage* berpengaruh positif dan signifikan pada manajemen laba, hal ini menunjukkan bahwa koefisien yang positif menunjukkan bahwa *leverage* yang tinggi mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan pengelolaan laba agar terhindar dari pelanggaran kontrak hutang.

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba

2.3.3. Pengaruh pertumbuhan penjualan terhadap manajemen laba

Pertumbuhan penjualan menunjukkan peningkatan penjualan dari tahun ke tahunnya. Manajer akan melakukan manajemen laba agar laba perusahaan nampak lebih rendah dari pada laba yang sesungguhnya diperoleh. Menurut Savitri (2014), perusahaan yang memiliki tingkat pertumbuhan laba dan penjualan yang tinggi cenderung menggunakan utang sebagai sumber dana eksternal yang lebih besar bila dibandingkan dengan perusahaan yang pertumbuhannya rendah. Perusahaan dengan penjualan cenderung meningkat akan membutuhkan dana yang lebih besar untuk meningkatkan kegiatan operasionalnya yang mungkin

tidak dapat tercukupi melalui sumber dana internal, sehingga perusahaan membutuhkan dana dari pihak eksternal. Dengan adanya pertumbuhan penjualan, akan memberikan sinyal bagi para kreditur untuk memberikan kredit atau memberikan pinjaman kepada perusahaan. Selain itu, perusahaan dengan pertumbuhan penjualan yang tinggi juga memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba guna mempertahankan *trend* penjualan dan *trend* laba yang ada di perusahaan

Arief Fahmi (2018) Mengemukakan Tinggi rendahnya pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi manajemen untuk melakukan tindakan praktek manajemen laba. Hal ini dapat dimungkinkan karena manajemen harus dapat mempertahankan trends penjualan setiap tahunnya, sehingga perubahan pertumbuhan penjualan tidak mempengaruhi apapun terhadap tindakan para manajer perusahaan.

H3 : Pertumbuhan Penjualan berpengaruh positif dengan Manajemen Laba

2.4. Pengembangan Hipotesis

Menurut Erlina (2011), hipotesis adalah proporsi yang dirumuskan dengan maksud untuk diuji secara empiris. Proporsi merupakan ungkapan atau pernyataan yang dapat dipercaya, disangkal atau diuji kebenarannya mengenai konsep atau konstruk yang menjelaskan atau memprediksi fenomena-fenomena. Oleh karena itu, hipotesis masih bersifat sementara.

H1 : *Profitabilitas* berpengaruh positif terhadap Manajemen laba.

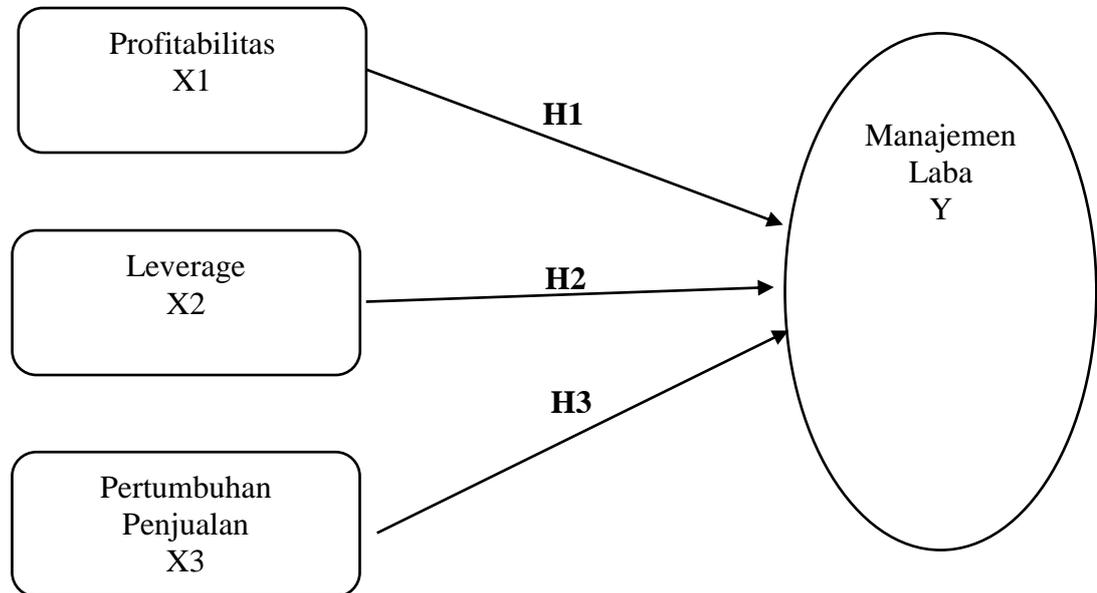
H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

H3 : Pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.5. Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konsep dari penelitian ini adalah melihat adanya pengaruh *Profitabilitas*, *Leverage* dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba. Dalam penelitian ini akan dipaparkan tentang adanya keterkaitan yang menjadi

Praktik Manajemen Laba. Gambar 2.1 menyajikan kerangka pemikiran untuk pengembangan hipotesis pada penelitian ini :



Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian