

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. *Agency Theory* (Teori Keagenan)

Teori agensi menjelaskan hubungan kontraktual antara pihak pemilik perusahaan (*principal*) dan manajer (*agent*), di mana agent diberi kewenangan untuk mengambil keputusan guna mewakili kepentingan principal. Jensen dan Meckling menyatakan bahwa hubungan keagenan terjadi ketika satu pihak (*principal*) memberikan mandat kepada pihak lain (*agent*) untuk melakukan suatu pekerjaan dan mendelegasikan sebagian wewenang pengambilan keputusan kepada agent. Dalam hubungan ini terdapat potensi perbedaan kepentingan, karena agent tidak selalu bertindak sepenuhnya untuk memaksimalkan kesejahteraan *principal*, melainkan dapat mengejar tujuan pribadi seperti memperoleh bonus, mempertahankan posisinya, atau menampilkan kinerja yang terlihat baik di mata pemilik Perusahaan (31).

Mitnick menjelaskan bahwa *agent* memiliki keleluasaan (*discretion*) dalam mengambil keputusan, sehingga tindakan mereka tidak selalu sejalan dengan tujuan principal. Hubungan keagenan memerlukan mekanisme pengendalian, seperti pengawasan, kontrak, dan norma fidusia, agar *agent* bertindak sesuai kepentingan *principal* (32). Ghozali menegaskan bahwa perilaku oportunistik manajemen merupakan konsekuensi dari pemisahan kepemilikan dan pengendalian, sehingga diperlukan mekanisme monitoring yang efektif untuk menekan *agency cost*, yaitu biaya yang timbul akibat konflik antara *principal* dan *agent* (33).

Penerapan teori agensi memberikan dasar yang kuat untuk menjelaskan peluang terjadinya *earnings management* pada perusahaan. Manajer memiliki insentif untuk menampilkan kinerja yang stabil, mempertahankan profitabilitas, menjaga citra positif perusahaan, serta memastikan dividen tetap menarik bagi investor. Situasi tersebut menciptakan dorongan bagi manajer untuk melakukan penyesuaian akuntansi guna membentuk angka laba yang tampak lebih baik. Asimetri informasi antara *agent* dan *principal* memperbesar ruang bagi manajer

untuk melakukan *earnings management*, sehingga praktik ini dapat dipandang sebagai konsekuensi langsung dari konflik keagenan dalam perusahaan (34).

2. *Signaling Theory* (Teori Sinyal)

Teori Sinyal pertama kali diperkenalkan oleh Spence pada tahun 1973. Teori ini menjelaskan bagaimana perusahaan mengirimkan sinyal (informasi) kepada pihak eksternal (investor, kreditor, pasar modal) untuk mengurangi asimetri informasi antara manajemen (*insider*) dan pemangku kepentingan (*outsider*). Teori sinyal diterapkan dalam berbagai konteks ekonomi, terutama dalam bidang manajemen keuangan dan pasar modal. Teori ini ditemukan untuk mengatasi masalah asimetri informasi yang sering terjadi dalam transaksi ekonomi. Dalam banyak situasi, satu pihak memiliki informasi yang lebih banyak atau lebih baik daripada pihak lainnya, yang dapat mempengaruhi keputusan ekonomi secara signifikan (35).

Teori sinyal merupakan suatu langkah yang diambil oleh manajemen perusahaan untuk memberikan informasi kepada investor tentang potensi masa depan perusahaan. Perusahaan yang memiliki prospek menguntungkan cenderung menghindari penjualan saham dan mencari cara lain untuk mendapatkan modal baru, sementara perusahaan dengan prospek yang kurang baik lebih mungkin untuk menjual sahamnya (36). Teori sinyal mengemukakan bahwa pihak pemilik informasi berusaha memberikan sinyal kepada pihak penerima informasi untuk mengurangi ketidakpastian terkait kondisi perusahaan. Sinyal ini dapat berupa laporan keuangan, kebijakan dividen, atau tindakan lainnya yang menunjukkan kinerja dan prospek perusahaan. Informasi yang disampaikan oleh manajemen berfungsi sebagai indikator bagi investor dalam mengambil keputusan investasi, dimana sinyal positif dapat meningkatkan kepercayaan investor terhadap perusahaan (37).

Teori sinyal memberikan penjelasan bahwa profitabilitas yang tinggi, ukuran perusahaan yang lebih besar, serta kebijakan dividen yang stabil merupakan bentuk sinyal positif yang ingin disampaikan perusahaan kepada pasar. Perusahaan yang ingin mempertahankan atau memperkuat sinyal positif tersebut berpotensi melakukan *earnings management* ketika kinerja aktual tidak sesuai dengan ekspektasi pasar. Teori sinyal menjadi relevan untuk

menjelaskan bagaimana dan mengapa perusahaan menggunakan informasi keuangan, termasuk laba, sebagai sarana untuk membentuk persepsi investor terhadap kondisi perusahaan.

3. *Earnings Management*

Scott mendefinisikan *earnings management* sebagai “*choice by a manager of accounting policies, or real actions, affecting earnings so as to achieve some specific reported earnings objective*” dengan kata lain, *earnings management* atau manajemen laba adalah pilihan kebijakan akuntansi oleh manajer yang bertujuan memaksimalkan utilitas pribadi atau meningkatkan nilai perusahaan, selama tindakan tersebut masih berada dalam batasan prinsip akuntansi yang berlaku (2). Praktik manajemen laba muncul karena adanya informasi asimetri antara manajer dan pemilik, sehingga manajer memiliki keleluasaan (*discretion*) yang dapat digunakan secara oportunistik untuk mengubah angka laba tanpa harus melakukan kecurangan langsung (38).

Dalam praktiknya, manajemen laba dapat dilakukan melalui dua pendekatan utama, yaitu *accrual earnings management* dan *real earnings management*. *Accrual earnings management* dilakukan dengan mengubah estimasi akuntansi seperti penyisihan piutang, depresiasi, atau beban akrual lainnya tanpa memengaruhi aktivitas ekonomi riil perusahaan, pendekatan ini terkait langsung dengan *discretionary accruals*. Sementara itu, *real earnings management* dilakukan dengan mengubah aktivitas operasional, misalnya mempercepat penjualan, menunda biaya, atau menyesuaikan produksi, sehingga memengaruhi arus kas riil perusahaan (4).

Scott mengidentifikasi berbagai pola perilaku manajemen laba yang mencerminkan cara manajer memanfaatkan fleksibilitas akuntansi maupun keputusan operasional untuk mencapai tujuan tertentu. Pola-pola ini menunjukkan bagaimana manajer dapat mengatur waktu pengakuan pendapatan dan beban, menyesuaikan estimasi akuntansi, ataupun mengubah aktivitas operasional guna menghasilkan laba yang tampak sesuai dengan harapan pemangku kepentingan. Berikut ini merupakan bentuk-bentuk *earnings management* sebagaimana diklasifikasikan oleh Scott, yang menggambarkan

variasi strategi yang digunakan manajer dalam memengaruhi laba yang dilaporkan (2).

- a. *Taking a bath* sering disebut *big bath*, yaitu teknik manajemen laba yang dilakukan ketika perusahaan berada dalam tekanan atau masa reorganisasi. Pada kondisi ketika kerugian tidak dapat dihindari, manajemen memilih mengakui beban atau kerugian besar sekaligus pada periode berjalan, seperti penurunan nilai aset atau pencadangan biaya masa depan. Strategi ini membuat periode berikutnya tampak lebih baik karena adanya pembalikan akrual, sehingga laba di masa mendatang dapat meningkat meskipun kondisi perusahaan belum membaik.
- b. *Income minimization* mirip dengan *taking a bath* namun dalam tingkat yang lebih ringan. Teknik ini biasanya digunakan oleh perusahaan yang sangat terlihat secara politik atau sedang berada pada tingkat profitabilitas tinggi, sehingga manajemen berusaha menurunkan laba agar tidak menarik sorotan atau tekanan eksternal. Praktiknya dapat dilakukan melalui percepatan *writeoffs* aset tetap atau aset tak berwujud, serta membebaskan biaya iklan atau R&D secara penuh pada periode berjalan. Pertimbangan pajak, seperti penggunaan metode persediaan LIFO, juga dapat menjadi motivasi dalam melakukan *income minimization*.
- c. *Income maximization* pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara meningkatkan laba yang dilaporkan. Teknik ini biasanya digunakan untuk tujuan kontraktual, misalnya memperoleh bonus manajerial ketika kompensasi berbasis laba, selama peningkatan tersebut tidak melewati batas maksimum yang ditetapkan dalam kontrak. Perusahaan yang berada dekat dengan pelanggaran *debt covenant* juga cenderung memaksimalkan pendapatan agar tetap memenuhi persyaratan utang.
- d. *Income smoothing* dilakukan dengan menstabilkan laba agar tidak berfluktuasi tajam. Manajer yang bersifat *risk averse* cenderung menghaluskan laba untuk menjaga bonus yang lebih stabil dari waktu ke waktu. Dalam beberapa kontrak kompensasi, praktik ini dianggap wajar karena menjadi cara berbiaya rendah untuk mempertahankan utilitas manajer.

Pola-pola *earnings management* menunjukkan bagaimana manajer memanfaatkan fleksibilitas akuntansi dan keputusan operasional dalam membentuk laba yang dilaporkan. Praktik tersebut tidak muncul secara kebetulan, melainkan sebagai respons terhadap insentif dan tekanan yang dihadapi manajer. Scott mengemukakan beberapa motivasi yang mendasari praktik *earnings management*, sementara literatur manajemen laba yang lebih luas menjelaskan adanya motivasi tambahan yang berkaitan dengan tekanan pasar dan karakteristik perusahaan (4). Berbagai motivasi tersebut mendorong manajer untuk mengelola laba guna mencapai tujuan tertentu, antara lain:

- a. Motivasi Bonus (*Bonus Plan Motivation*) muncul ketika kompensasi manajer didasarkan pada pencapaian laba akuntansi. Scott menjelaskan bahwa manajer memiliki insentif untuk menyesuaikan laba agar mencapai batas minimum bonus atau menunda laba ketika telah mendekati batas maksimum. *Earnings management* digunakan untuk memaksimalkan manfaat kompensasi antarperiode.
- b. Motivasi Perjanjian Utang (*Debt Covenant*) berkaitan dengan upaya manajer menghindari pelanggaran perjanjian utang yang didasarkan pada rasio keuangan. Scott menyatakan bahwa manajer cenderung meningkatkan laba yang dilaporkan ketika perusahaan berada dekat dengan batas pelanggaran kontrak. Praktik ini dilakukan untuk menjaga hubungan dengan kreditur dan menghindari konsekuensi kontraktual.
- c. Motivasi *political cost*, terjadi pada perusahaan yang memiliki ukuran besar atau tingkat profitabilitas tinggi. Scott menjelaskan bahwa perusahaan dengan visibilitas politik tinggi cenderung menurunkan laba yang dilaporkan untuk menghindari tekanan regulasi dan pengawasan pemerintah. *Earnings management* digunakan sebagai sarana untuk mengurangi eksposur politik perusahaan.
- d. *To meet investors' earnings expectations*, merupakan motivasi *earnings management* yang muncul ketika manajemen terdorong untuk melaporkan laba sesuai atau sedikit di atas ekspektasi investor dan analis. Kegagalan memenuhi ekspektasi laba sering menimbulkan reaksi pasar yang negatif, seperti penurunan harga saham dan memburuknya reputasi manajemen.

Manajer memiliki insentif untuk mengelola laba agar terhindar dari penalti pasar dan tetap menjaga kepercayaan investor.

- e. *Stock offering*, merupakan motivasi *earnings management* yang muncul ketika perusahaan merencanakan penerbitan saham baru, baik melalui *initial public offering* (IPO) maupun *seasoned equity offering* (SEO). Dalam kondisi tersebut, manajemen memiliki insentif untuk meningkatkan laba yang dilaporkan agar valuasi perusahaan terlihat lebih tinggi dan dana yang diperoleh dari penerbitan saham dapat dimaksimalkan. *Earnings management* dilakukan baik melalui kebijakan akrual maupun keputusan operasional untuk membentuk persepsi kinerja yang lebih baik di mata investor.
- f. Pencapaian Target Keuangan, merupakan salah satu motivasi perusahaan dalam melakukan *earnings management*, di mana manajemen berupaya menyesuaikan laba yang dilaporkan agar sesuai atau melampaui target laba yang telah disampaikan kepada pemegang saham dan analis. Pemenuhan target tersebut penting karena kinerja laba yang memenuhi ekspektasi pasar dapat memberikan sinyal positif, meningkatkan kepercayaan investor, serta berdampak pada kenaikan nilai perusahaan.
- g. Mengelola Persepsi Pasar, merupakan motivasi *earnings management* yang dilakukan manajemen untuk membentuk citra kinerja keuangan yang positif di mata investor. Persepsi pasar yang baik diharapkan dapat menjaga kepercayaan investor dan mendukung stabilitas harga saham perusahaan.
- h. Menghindari Penurunan Harga Saham, muncul ketika manajemen berupaya menjaga atau meningkatkan laba yang dilaporkan untuk mencegah penurunan harga saham. Penurunan harga saham dipandang sebagai sinyal negatif yang dapat menurunkan kepercayaan investor terhadap kinerja perusahaan.
- i. Kompetisi dan Tekanan Eksternal, muncul akibat persaingan pasar yang ketat serta tuntutan dari pihak eksternal, seperti analis dan pemegang saham. Tekanan tersebut mendorong manajemen untuk menyesuaikan laba yang dilaporkan agar kinerja perusahaan tetap terlihat kompetitif.

Pengukuran *earnings management* umumnya dilakukan melalui pendekatan akrual karena komponen akrual memberikan ruang terbesar bagi

manajer untuk melakukan intervensi terhadap laba tanpa memengaruhi arus kas perusahaan. Wild dan Subramanyam menjelaskan bahwa pemisahan antara *non-discretionary accruals* dan *discretionary accruals* menjadi dasar utama dalam mendeteksi praktik manajemen laba, di mana *discretionary accruals* dianggap sebagai bagian akrual yang dapat dimodifikasi oleh manajer untuk mencapai tujuan pelaporan tertentu (39). Sejalan dengan itu, Mulford dan Comiskey menyatakan bahwa manipulasi laporan keuangan paling sering terjadi melalui penyesuaian akrual, seperti depresiasi, cadangan kerugian, dan estimasi piutang, sehingga analisis akrual menjadi pendekatan yang paling relevan dalam mengukur tingkat *earnings management* yang dilakukan oleh manajemen (40).

Berdasarkan konsep tersebut, penelitian empiris umumnya menggunakan *Modified Jones Model* yang dikembangkan oleh Dechow dkk (1995) untuk mengestimasi tingkat *discretionary accruals*. Model ini dianggap sebagai model paling akurat dan banyak digunakan karena mampu memisahkan akrual normal (*non-discretionary accruals*) dan akrual abnormal (*discretionary accruals*), serta menghasilkan *standard error* yang lebih kecil dibandingkan model pendahulunya (41). Adapun perhitungan akrual diskresioner melalui *Modified Jones Model* dilakukan melalui beberapa tahapan sebagaimana dijelaskan berikut ini:

a. Menghitung Total Accruals (TAC)

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

b. Estimasi *Non-Discretionary Accruals* (NDA)

Regresi ini dijalankan untuk memperoleh koefisien α_1 , α_2 , dan α_3 :

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = a_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + a_2 \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + a_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

Setelah koefisien diperoleh, NDA dihitung sebagai berikut:

$$NDA_{it} = a_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + a_2 \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + a_3 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon$$

c. Menghitung *Discretionary Accruals* (DA)

$$DA_{it} = \left(\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} \right) - NDA_{it}$$

Keterangan:

- TAC_{it} : *Total accrual* perusahaan i dalam periode tahun t
 NI_{it} : *Net Income* perusahaan i dalam periode tahun t
 CFO_{it} : *Cash Flow From Operation* perusahaan i dalam periode tahun t
 A_{it-1} : Total Aset perusahaan i dalam periode tahun t
 a_1, a_2, a_3 : Koefisien
 ΔREV_{it} : Pendapatan perusahaan i pada tahun t dikurangi dengan pendapatan perusahaan i pada tahun t-1
 PPE_{it} : *Property, plant, equipment* pada perusahaan i dalam periode tahun t
 ε : Error
 NDA_{it} : *Nondiscretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t
 ΔREC_{it} : Piutang usaha perusahaan i pada tahun t dikurangi pendapatan Perusahaan i pada tahun t-1
 DA_{it} : *Discretionary Accruals* perusahaan i dalam periode tahun t

4. Profitabilitas

Profitabilitas mengacu pada kemampuan suatu perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu, yang mencerminkan efisiensi penggunaan sumber daya (modal, tenaga kerja, dan aset) untuk menciptakan pendapatan. Probabilitas mendefinisikan kemungkinan terjadinya berbagai hasil, baik itu laba maupun rugi, yang dapat dialami oleh suatu perusahaan. Probabilitas membantu perusahaan untuk memperkirakan hasil dari berbagai keputusan yang diambil, sehingga dapat meminimalkan risiko yang mungkin terjadi (42). Profitabilitas merupakan hasil akhir dari seluruh keputusan keuangan dan operasional yang diambil perusahaan. Selain menunjukkan kemampuan menghasilkan laba, profitabilitas menjadi dasar bagi investor dalam menilai prospek pertumbuhan, stabilitas keuangan, serta kemampuan perusahaan dalam membayar dividen di masa mendatang. Profitabilitas sering dianggap sebagai ukuran utama dalam menilai keberhasilan perusahaan dalam menciptakan nilai tambah bagi pemegang saham (37).

Profitabilitas memiliki peran penting terhadap kecenderungan perusahaan melakukan manajemen laba. Scott menjelaskan bahwa manajer cenderung

melakukan *earnings management* ketika laba aktual tidak mencapai tingkat yang diharapkan, terutama ketika perusahaan berada dalam tekanan kinerja. Kondisi profitabilitas yang rendah dapat menimbulkan insentif bagi manajemen untuk menyesuaikan angka laba agar tampak lebih baik di mata investor dan pemangku kepentingan, sehingga dapat mempertahankan reputasi perusahaan serta mengurangi reaksi negatif pasar. Sebaliknya, perusahaan dengan profitabilitas tinggi biasanya menghadapi tekanan yang lebih rendah untuk memodifikasi laporan laba, karena kinerja keuangannya telah menunjukkan hasil yang positif (2). Tingkat profitabilitas perusahaan dapat dianalisis melalui berbagai rasio keuangan yang menunjukkan sejauh mana perusahaan mampu menghasilkan laba. Beberapa rasio yang umum digunakan untuk menilai profitabilitas antara lain (37).

a. *Gross Profit Margin (GPM)*

$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100$$

GPM menunjukkan persentase penjualan yang tersisa setelah perusahaan membayar biaya perolehan barang yang dijual. Semakin tinggi GPM, semakin baik karena menandakan biaya pokok penjualan relatif lebih rendah dibandingkan pendapatan.

b. *Operation Profit Margin (OPM)*

$$OPM = \frac{\text{Laba Operasi}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100$$

OPM mengukur persentase pendapatan yang tersisa setelah seluruh biaya operasional kecuali bunga, pajak, dan dividen saham preferen. Rasio ini menunjukkan “laba murni” dari kegiatan operasi perusahaan, dan semakin tinggi OPM, semakin baik kinerja operasionalnya.

c. *Net Profit Margin (NPM)*

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Penjualan Bersih}} \times 100$$

Rasio NPM menunjukkan seberapa besar laba bersih yang diperoleh dari setiap penjualan, dan semakin tinggi NPM menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan yang lebih baik.

d. *Earnings Per Share (EPS)*

$$NPM = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Jumlah Saham Beredar}} \times 100$$

EPS menunjukkan jumlah laba bersih yang diperoleh perusahaan untuk setiap lembar saham biasa yang beredar. Rasio ini menggambarkan tingkat keuntungan yang diterima pemegang saham, semakin tinggi EPS, semakin besar laba yang dihasilkan per saham.

e. *Return on Assets (ROA)*

$$ROA = \frac{\text{Laba Berih}}{\text{Total Aset}} \times 100$$

Rasio ini menggambarkan tingkat efektivitas perusahaan dalam memanfaatkan aset yang dimiliki untuk menghasilkan laba. Nilai ROA yang lebih tinggi menandakan bahwa aset perusahaan digunakan secara lebih efisien dalam menciptakan keuntungan.

f. *Return on Equity (ROE)*

$$ROA = \frac{\text{Laba Berih}}{\text{Modal Sendiri}} \times 100$$

Rasio ini menilai seberapa besar imbal hasil yang diterima pemegang saham atas modal yang mereka tanamkan. ROE yang tinggi mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang lebih maksimal bagi para pemilik saham.

g. *Return on Invesment (ROI)*

$$ROI = \frac{\text{Laba Berih}}{\text{Nilai Investasi}} \times 100$$

ROI menilai seberapa besar tingkat pengembalian yang diperoleh perusahaan dari seluruh dana yang diinvestasikan dalam asetnya. ROI yang tinggi menunjukkan bahwa perusahaan mampu memanfaatkan investasinya secara efisien untuk menghasilkan keuntungan yang optimal.

5. Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan adalah suatu ukuran yang dapat mengklasifikasikan perusahaan menjadi kategori besar dan kecil berdasarkan berbagai kriteria, seperti total aktiva atau total aset, nilai pasar saham, rata-rata tingkat penjualan, dan jumlah penjualan. Perusahaan dibagi menjadi tiga kategori: perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium firm*), dan perusahaan kecil

(*small firm*) (43). Perusahaan dengan ukuran yang besar umumnya memiliki aktivitas yang lebih kompleks, sumber daya yang lebih banyak, serta akses yang lebih luas terhadap sumber pendanaan dibandingkan perusahaan yang berukuran kecil. Kondisi tersebut menyebabkan perusahaan besar memiliki perhatian yang lebih tinggi dari investor, kreditor, pemerintah, dan masyarakat sehingga tuntutan terhadap penyajian kinerja keuangan yang baik juga semakin meningkat (44).

Perusahaan yang memiliki ukuran besar cenderung menghadapi *political cost* yang lebih tinggi akibat meningkatnya perhatian dan pengawasan dari berbagai pihak. Kondisi tersebut dapat mendorong manajemen untuk melakukan pengelolaan laba guna menjaga citra perusahaan dan memenuhi ekspektasi para pemangku kepentingan (2). Semakin besar aset suatu perusahaan, semakin besar pula skala operasinya dan semakin kuat posisi finansialnya di mata investor (44). Demikian, ukuran perusahaan menjadi salah satu karakteristik perusahaan yang dapat dikaitkan dengan kecenderungan terjadinya *earnings management*.

Ukuran perusahaan dapat dihitung menggunakan beberapa indikator kuantitatif yang menggambarkan skala operasi, kapasitas sumber daya, dan penilaian pasar terhadap perusahaan. Tiga ukuran yang paling umum digunakan dalam penelitian keuangan adalah total aset, total penjualan, dan nilai pasar ekuitas, karena masing-masing indikator merepresentasikan aspek berbeda dari besarnya Perusahaan. Penjelasan dan rumus setiap indikator adalah sebagai berikut (45).

a. Ukuran Perusahaan dengan Total Aset

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Aset$$

Ukuran ini menggambarkan seluruh sumber daya ekonomi yang dimiliki perusahaan. Semakin besar total aset, semakin besar skala operasional perusahaan.

b. Ukuran Perusahaan dengan Total Penjualan

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln\ Total\ Penjualan$$

Total penjualan mencerminkan besarnya aktivitas operasional perusahaan selama satu periode. Perusahaan dengan penjualan besar dianggap memiliki skala usaha yang lebih luas.

c. Ukuran Perusahaan dengan Nilai Pasar Ekuitas (*Market Value of Equity*)

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \ln \text{Total Ekuitas}$$

Ukuran ini menggambarkan besarnya perusahaan dari sisi modal sendiri yang dimiliki. Total ekuitas mencerminkan nilai bersih perusahaan setelah dikurangi kewajiban. Semakin besar ekuitas, semakin kuat posisi keuangan perusahaan karena memiliki kemampuan pendanaan internal yang lebih besar dan ketergantungan yang lebih rendah pada utang.

6. Kebijakan Dividen

Kebijakan dividen merupakan keputusan penting dalam manajemen keuangan yang berkaitan dengan penentuan proporsi laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham dan jumlah laba yang akan ditahan untuk keperluan investasi perusahaan di masa mendatang (46). Kebijakan dividen merupakan bagian dari keputusan pendanaan perusahaan, di mana manajemen harus menyeimbangkan antara pembagian laba kepada pemegang saham dan kebutuhan pendanaan internal untuk pertumbuhan perusahaan. Kebijakan ini memengaruhi struktur modal, likuiditas, serta nilai perusahaan keseluruhan (37). Dividen juga berperan sebagai sinyal informasi, di mana pembayaran dividen yang stabil mencerminkan keyakinan manajemen terhadap kemampuan perusahaan dalam menghasilkan arus kas yang berkelanjutan (47).

Selain mempertimbangkan stabilitas dividen, manajemen perlu memperhatikan kondisi internal perusahaan yang memengaruhi kemampuan dalam membagikan dividen. Faktor-faktor seperti ketersediaan kas, kebutuhan pendanaan investasi, tingkat pertumbuhan perusahaan, dan preferensi pemegang saham sangat menentukan besarnya dividen yang akan dibagikan. Perusahaan dengan peluang pertumbuhan tinggi biasanya lebih memilih menahan laba untuk mendukung ekspansi, sedangkan perusahaan dengan pertumbuhan yang stabil relatif lebih leluasa membagikan dividen (37). Perubahan kebijakan dividen sering dipandang sebagai sinyal yang kuat oleh investor, sehingga manajemen berusaha menjaga konsistensi kebijakan tersebut agar tidak menimbulkan persepsi negatif di pasar. Kebijakan dividen tidak hanya mencerminkan kondisi keuangan perusahaan, tetapi juga strategi manajemen dalam menjaga

keseimbangan antara kebutuhan pendanaan dan ekspektasi pemegang saham (47).

Tekanan untuk mempertahankan tingkat pembayaran dividen sering kali membuat manajemen menghadapi insentif untuk menyesuaikan laba yang dilaporkan, terutama ketika perusahaan berkomitmen menjaga stabilitas dividen di tengah fluktuasi kinerja. Perusahaan dengan *Dividend Payout Ratio* (DPR) yang tinggi cenderung berada dalam tekanan untuk menjaga konsistensi pembagian dividen, sehingga meningkatkan k.....,ecenderungan terjadinya *earnings management*, terutama pada industri yang sensitif terhadap isu lingkungan seperti sektor pertambangan (48).

Kebijakan dividen dapat diukur menggunakan beberapa rasio yang menggambarkan proporsi laba yang dibagikan perusahaan kepada pemegang saham serta tingkat pengembalian dividen yang diterima investor. Titman, dkk menjelaskan bahwa dua indikator yang umum digunakan dalam menilai kebijakan dividen adalah *Dividend Payout Ratio* (DPR) dan *Dividend Yield* (DY), karena kedua rasio ini mencerminkan besarnya dividen yang dibayarkan serta daya tarik dividen dari perspektif investor (49).

a. *Dividend Payout Ratio* (DPR)

$$DPR = \frac{\text{Dividend pershare}}{\text{Earning pershare}} \times 100$$

DPR mengukur persentase laba bersih yang dibagikan kepada pemegang saham dalam bentuk dividen. Semakin tinggi DPR, semakin besar porsi laba yang dibagikan perusahaan.

b. *Dividend Yield* (DY)

$$DY = \frac{\text{Dividend pershare}}{\text{Share price}} \times 100$$

Dividend Yield menunjukkan tingkat pengembalian dividen relatif terhadap harga pasar saham. Rasio ini digunakan investor untuk menilai apakah dividen yang diterima sebanding dengan harga saham.

c. *Earnings Per Share* (EPS)

$$EPS = \frac{\text{Net Income}}{\text{Weighted Average Shares Outstanding}} \times 100$$

EPS menunjukkan besarnya laba bersih yang dihasilkan perusahaan untuk setiap lembar saham yang beredar. Rasio ini digunakan investor untuk menilai sejauh mana kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan yang dapat dialokasikan kepada pemegang saham (50).

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diperlukan untuk memberikan dasar empiris bagi penelitian ini serta membantu peneliti mengidentifikasi temuan-temuan sebelumnya yang relevan dengan variabel profitabilitas, ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan *earnings management*. Kajian terhadap berbagai hasil penelitian sebelumnya, peneliti dapat memahami pola hubungan antar variabel, menemukan ketidakkonsistenan hasil atau *research gap*, serta memperkuat argumentasi dalam penyusunan kerangka pemikiran.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Fokus Dan Tujuan Penelitian	Metode Penelitian, Populasi, Sampel Dan Unit Analisisnya	Temuan Penelitian
Wijayanti, (2022) <i>The Effect of Profitability, Financial Leverage, and Accounting Expertise of The Board of Commissioners on Earnings Management</i> (9).	Fokus : <i>Earnings Management</i> . Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh profitabilitas, <i>financial leverage</i> , dan <i>Accounting Expertise of The Board of Commissioners</i> terhadap praktik <i>earnings management</i> pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.	Jenis penelitian: Kuantitatif. Jenis data: Data sekunder (annual report). Populasi: Seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2015–2019. Sampel: 92 perusahaan manufaktur (460 observasi data panel). Teknik analisis: Regresi data panel menggunakan aplikasi E-Views.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas dan <i>financial leverage</i> berpengaruh positif dan determinan terhadap <i>earnings management</i> . Sementara itu, <i>Accounting Expertise of The Board of Commissioners</i> tidak berpengaruh terhadap praktik <i>earnings management</i> .

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Fokus Dan Tujuan Penelitian	Metode Penelitian, Populasi, Sampel Dan Unit Analisisnya	Temuan Penelitian
Prasetyo dan Suhendah, (2023) Tema/Topik: <i>The Effect of Profitability, Leverage, and Managerial Ownership on Earnings Management</i> (51)	Fokus: <i>Earnings Management</i> pada perusahaan manufaktur. Tujuan: Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas, leverage, dan kepemilikan manajerial terhadap praktik <i>earnings management</i> pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017–2019.	Jenis penelitian: Kuantitatif. Jenis data: Data sekunder (annual report). Populasi: Seluruh perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2017–2019. Sampel: 30 perusahaan (metode purposive sampling). Teknik analisis: Regresi panel.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap <i>earnings management</i>, sehingga semakin tinggi tingkat profitabilitas, semakin besar kecenderungan perusahaan melakukan manajemen laba. Sementara itu, <i>leverage</i> dan kepemilikan manajerial tidak berpengaruh terhadap <i>earnings management</i>. Secara simultan, ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh terhadap <i>earnings management</i>.
Si hombing dan Yunira, (2024) Pengaruh Profitabilitas, Leverage, dan Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba pada Perusahaan Farmasi (18).	Fokus: Manajemen Laba pada perusahaan sektor farmasi yang terdaftar di BEI. Tujuan: Mengetahui dan menganalisis pengaruh profitabilitas (ROA), <i>leverage</i> (DAR), dan ukuran perusahaan (<i>firm size</i>) terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan farmasi periode 2017–2021.	Jenis: Kuantitatif. Sumber data: Data sekunder dari laporan keuangan BEI. Populasi: 8 perusahaan farmasi yang terdaftar di BEI periode 2017–2021. Sampel: 8 perusahaan (menggunakan teknik sampel jenuh). Teknik Analisis: Regresi linear berganda.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, sementara <i>leverage</i> berpengaruh signifikan sehingga perusahaan dengan tingkat utang yang lebih tinggi cenderung melakukan <i>earnings management</i>. Ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba. Secara simultan, ketiga variabel tersebut terbukti berpengaruh terhadap manajemen laba pada perusahaan farmasi selama periode penelitian.
Faradhifa dan Handayani, (2024) Tema/Topik: Manajemen Laba Ditinjau dari Asimetri Informasi, Audit Tenure dan Ukuran Perusahaan: Studi Empiris (10)	Fokus: <i>Earnings Management</i> pada perusahaan sektor consumer non-cyclicals. Tujuan: Untuk menganalisis pengaruh asimetri informasi, audit tenure, dan ukuran perusahaan terhadap praktik <i>earnings management</i> pada perusahaan <i>consumer non-cyclicals</i> yang terdaftar di BEI.	Jenis penelitian: Kuantitatif. Sumber data: Data sekunder (annual report). Populasi: Perusahaan consumer non-cyclicals yang terdaftar di BEI periode penelitian. Sampel: 48 perusahaan (menggunakan teknik purposive sampling). Unit Teknik Analisis: Regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap <i>earnings management</i>, sehingga perusahaan yang lebih besar cenderung memiliki peluang lebih tinggi untuk melakukan manajemen laba. Sementara itu, asimetri informasi dan audit tenure tidak berpengaruh terhadap <i>earnings management</i> pada perusahaan consumer non-cyclicals selama periode penelitian.

Nama Peneliti, Tahun, Judul	Fokus Dan Tujuan Penelitian	Metode Penelitian, Populasi, Sampel Dan Unit Analisisnya	Temuan Penelitian
Jeradu, E.F. (2021) Pengaruh Ukuran Perusahaan, Kebijakan Dividen, dan Perencanaan Pajak terhadap Manajemen Laba (11).	Fokus: Manajemen Laba. Tujuan: Untuk menganalisis pengaruh ukuran perusahaan, kebijakan dividen, dan perencanaan pajak terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016–2018.	Jenis penelitian: Kuantitatif Sumber data: Data sekunder (annual report perusahaan manufaktur) Populasi: 173 perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2016–2018. Sampel: 15 perusahaan manufaktur (menggunakan metode <i>objective sampling</i>). Teknik analisis: Regresi linier berganda	Hasil penelitian menunjukkan bahwa ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Sebaliknya, kebijakan dividen berpengaruh positif signifikan, sehingga semakin tinggi DPR, semakin besar kecenderungan perusahaan melakukan <i>earnings management</i> . Selain itu, perencanaan pajak juga berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur.
Amelia, E. & Purnama, D. (2023) Tema/Topik: Profitabilitas, Likuiditas, Kebijakan Hutang dan Kebijakan Dividen Terhadap Manajemen Laba (27).	Fokus: Manajemen laba pada perusahaan properti, real estat, dan konstruksi bangunan. Tujuan: Untuk menganalisis pengaruh profitabilitas (ROA), likuiditas (CR), kebijakan hutang (DER), dan kebijakan dividen (DPR) terhadap manajemen laba (<i>Discretionary Accrual</i>) baik secara parsial maupun simultan.	Jenis penelitian: Deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Sumber data: Data sekunder (laporan keuangan BEI 2014–2019). Populasi: 82 perusahaan properti, real estat dan konstruksi bangunan yang terdaftar di BEI tahun 2014–2019. Sampel: 20 perusahaan manufaktur (metode <i>purposive sampling</i>). Teknik analisis: Regresi data panel (Fixed Effect Model).	Hasil penelitian menunjukkan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan likuiditas, kebijakan hutang, dan kebijakan dividen berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Secara simultan, keempat variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan properti, real estat dan konstruksi bangunan.

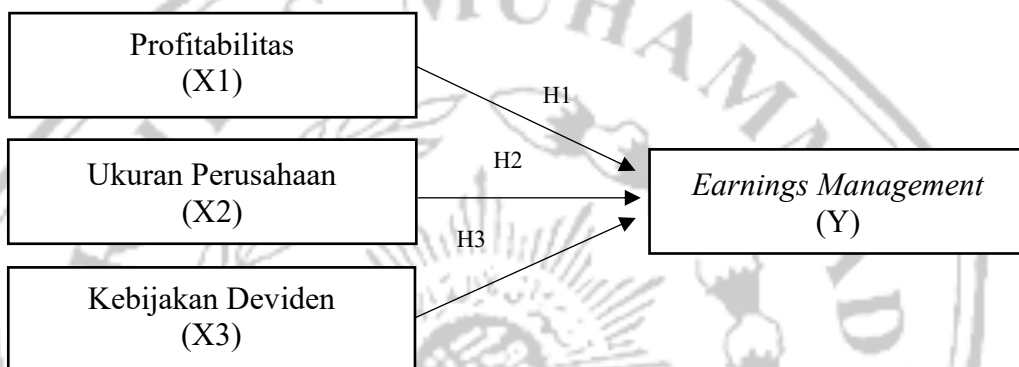
Berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dipaparkan, terlihat bahwa masih terdapat perbedaan temuan di antara para peneliti mengenai pengaruh profitabilitas, ukuran perusahaan, dan kebijakan dividen terhadap *earnings management*. Beberapa penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan, sementara penelitian lainnya menemukan hasil yang berbeda atau tidak signifikan. Ketidakkonsistenan ini dapat dipengaruhi oleh perbedaan karakteristik industri, periode pengamatan, serta metode analisis yang digunakan. Selain itu, sebagian besar penelitian sebelumnya dilakukan pada sektor manufaktur, properti, atau *consumer goods*, sehingga konteks subsektor batubara yang memiliki karakteristik aset besar dan volatilitas pendapatan belum banyak dikaji. Penelitian ini dilakukan untuk memberikan bukti empiris terbaru

dengan objek yang berbeda, yaitu perusahaan subsektor batubara periode 2020–2024, sehingga dapat memperkaya literatur serta memperjelas hubungan antarvariabel dalam industri yang memiliki dinamika dan risiko yang unik.

C. Kerangka Konsep

Kerangka konsep merupakan model konseptual yang menggambarkan hubungan variabel satu dengan variabel lainnya yang telah diidentifikasi sebagai hal penting bagi suatu masalah penelitian. Berikut gambar kerangka teori dari penelitian ini.

Gambar 2.1 Kerangka Konsep



D. Pengembangan Hipotesis Penelitian

Hipotesis dapat didefinisikan sebagai hubungan yang diduga secara logis antara dua atau lebih variabel yang dinyatakan dalam bentuk pernyataan yang dapat diuji (52). Dengan adanya teori dan temuan dari peneliti terdahulu, maka ada beberapa hipotesis yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh Profitabilitas terhadap *Earnings Management*

Rasio profitabilitas merupakan indikator utama dari kesehatan suatu perusahaan. Metrik ini juga mencerminkan keberhasilan manajerial. Ketika rasio profitabilitas suatu bisnis tinggi, perusahaan tersebut dapat memenuhi pengeluaran harian tanpa mengalami kebangkrutan. Dalam analisis ini, profitabilitas diukur dengan menghitung ROA perusahaan (53). Tingkat profitabilitas dapat memengaruhi insentif manajemen dalam melakukan *earnings management*. Ketika profitabilitas rendah, manajer cenderung lebih terdorong untuk menaikkan laba agar terlihat stabil dan memenuhi ekspektasi

pemegang saham (14). Sebaliknya, ketika profitabilitas tinggi, manajer dapat melakukan *income smoothing* untuk menjaga agar kinerja terlihat konsisten dari waktu ke waktu (15). Penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang beragam, di mana beberapa studi menemukan bahwa profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap praktik *earnings management* (54), sedangkan studi lainnya menunjukkan tidak adanya pengaruh (18). Perbedaan temuan tersebut menunjukkan bahwa profitabilitas memiliki potensi hubungan dengan kecenderungan manajer memodifikasi laba yang dilaporkan.

H₁ Profitabilitas berpengaruh terhadap *Earnings Management*

2. Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap *Earnings Management*

Ukuran perusahaan merupakan salah satu indikator yang menunjukkan seberapa besar kapasitas operasional dan sumber daya yang dimiliki oleh sebuah Perusahaan (19). Semakin besar ukuran perusahaan, semakin tinggi pula kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya dan menjaga kinerja agar terlihat stabil di mata investor. Kompleksitas operasi pada perusahaan besar juga memberikan ruang yang lebih luas bagi manajemen untuk melakukan pertimbangan akuntansi (*judgement*) yang dapat memengaruhi penyajian laba (55). Hal ini dapat meningkatkan peluang terjadinya *earnings management*, baik untuk mempertahankan citra perusahaan maupun untuk mengurangi fluktuasi laba. Beberapa penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang bervariasi, beberapa menemukan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap *earnings management* (10), sementara penelitian lain menemukan tidak adanya pengaruh signifikan (18). Perbedaan temuan ini menunjukkan bahwa ukuran perusahaan berpotensi memiliki hubungan dengan kecenderungan manajer melakukan manipulasi laba.

H₂ Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap *Earnings Management*

3. Pengaruh Kebijakan Dividen terhadap *Earnings Management*

Kebijakan dividen merupakan keputusan penting dalam manajemen keuangan yang berkaitan dengan penentuan proporsi laba yang akan dibagikan kepada pemegang saham dan jumlah laba yang akan ditahan untuk

keperluan investasi perusahaan di masa mendatang (46). Dalam penelitian ini, kebijakan dividen diukur menggunakan *Dividend Payout Ratio* (DPR), karena rasio ini dapat menunjukkan seberapa besar bagian laba yang dialokasikan untuk dividen (56). Perusahaan yang menetapkan DPR tinggi umumnya menghadapi tekanan untuk mempertahankan tingkat laba yang stabil agar tetap mampu memenuhi ekspektasi pemegang saham. Tingginya DPR dapat menimbulkan tekanan bagi manajemen untuk menjaga kestabilan laba agar perusahaan tetap mampu memenuhi ekspektasi pembagian dividen, sehingga kondisi tersebut dapat mendorong munculnya praktik *earnings management* (48). Sebaliknya, DPR yang rendah cenderung memberikan ruang lebih bagi perusahaan untuk mempertahankan laba tanpa tekanan eksternal. Penelitian terdahulu juga menunjukkan hasil yang beragam, di mana sebagian menemukan pengaruh signifikan antara kebijakan dividen dan *earnings management* (27), sementara sebagian lainnya tidak menemukan hubungan tersebut. Berdasarkan teori dan bukti empiris tersebut, kebijakan dividen diduga memiliki pengaruh terhadap praktik *earnings management* (11).

H₃ Kebijakan Dividen berpengaruh terhadap *Earnings Management*.