# BAB II

# LANDASAN TEORI

## A. Penelitian Terdahulu

Medyawati & Dayanti (2017) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 38 perusahaan sektor properti dan *real estate* yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2014. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba.

Purnama (2017) meneliti tentang pengaruh profitabilitas, *leverage*, ukuran perusahaan, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap manajemen laba. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 47 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2010-2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba. Ukuran perusahaan, *leverage*, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Astari & Suryanawa (2017) meneliti tentang faktor-faktor yang mempengaruhi manajemen laba. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 51 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2012-2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan, *leverage*, dan profitabilitas mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba. Kepemilikan manajerial dan kepemilikan intitusional mempunyai pengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Astuti et al., (2017) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap manajemen laba. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 27 perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan

mempunyai pengaruh negatif terhadap manajemen laba. *Leverage* mempunyai pengaruf positif terhadap manajemen laba.

Hasty & Herawaty (2017) meneliti tentang pengaruh struktur kepemilikan, *leverage*, profitabilitas dan kebijakan deviden terhadap manajemen laba dengan kualitas audit sebagai variabel moderasi. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 99 perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2013-2015. Hasil dari penelitian ini menunjukkan *leverage*, profitabilitas, kepemilikan manajerial dan kebijakan deviden mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen. Namun, kualitas audit tidak mampu memoderasi hubungan tersebut. Sehingga hasil yang diperoleh kurang kuat.

Agustia & Suryani (2018) meneliti tentang pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, *leverage* dan profitabilitas terhadap manajemen laba. Sampel yang diambil pada penelitian ini berjumlah 17 perusahaan sektor pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode 2014-2016. Hasil dari penelitian ini menunjukkan ukuran perusahaan dan profitabilitas mempunyai pengaruh negatif terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar atau semakin kecil ukuran perusahaan atau profitabilitas, maka perusahaan tidak akan melakukan tindakan manajemen laba. *Leverage* dan umur perusahaan mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar umur perusahaan atau *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan melakukan tindakan manajemen laba. Sebaliknya, semakin kecil perusahaan umur perusahaan atau *leverage*, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melaksanakan tindakan manajemen laba.

## B. Tinjauan Pustaka

### *1. Signalling Theory*

Menurut Brigham & Houston (2011) *signalling theory* adalah suatu perilaku manajemen perusahaan dalam memberi petunjuk untuk investor terkait pandangan manajemen pada prospek perusahaan untuk yang akan datang.

Informasi yang diberikan kepada pemilik ataupun pihak yang berkepentingan lainnya tersebut berupa suatu kondisi di dalam perusahaan. Manajer memiliki kewajiban dalam memberikan *signal* mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik sebagai bentuk wujud tanggung jawab manajer dalam mengelola perusahaan yaitu dengan memberikan informasi laporan keuangan kepada pihak eksternal (Wicaksana & Ananditha, 2012).

Dalam kerangka *signalling theory* disebutkan bahwa dorongan perusahaan untuk memberikan informasi adalah karena terdapat asimetri informasi antara manajer perusahaan dengan pihak luar, hal ini disebabkan karena manajer perusahaan mengetahui lebih banyak informasi mengenai prospek yang akan datang daripada pihak luar (Wolk et al., 2013).

*Signalling theory* membahas bagaimana seharusnya *signal* keberhasilan atau kegagalan manajemen disampaikan kepada pemilik. Hal ini sebagai bentuk tindakan perusahaan dalam memberi *signal* kepada investor tentang bagaimana manajemen memandang perusahaan. *Signalling theory* tidak dapat dipisahkan dengan keberadaan asimetri informasi. Dorongan dalam memberikan *signal* sendiri timbul karena adanya asimetri informasi antara perusahaan (manajemen) dengan pihak luar, dimana investor hanya mengetahui informasi internal perusahaan yang lebih sedikit dibandingkan dengan pihak manajemen.

**2. Manajemen Laba**

Secara umum menurut Sulistyanto (2008) manajemen laba dapat diartikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengetahui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan. Naftalia & Marsono (2013) menyatakan bahwa manajemen laba adalah tindakan yang dilakukan oleh manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang akan dilaporkan yang bisa memberikan informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*), yang dalam realita atau sesungguhnya tidak dialami oleh

perusahaan yang dalam jangka panjang tindakan tersebut bisa merugikan perusahaan.

Subramanyam et al., (2010) menyatakan manajemen laba sebagai intervensi manajemen dengan secara sengaja dalam proses penentuan laba, kebanyakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi. Ada tiga jenis dalam strategi manajemen laba yang sering digunakan manajer untuk mencapai tujuan manajemen laba jangka panjang:

a. Manajer meningkatkan laba periode kini.
b. Manajer melakukan mandi besar melalui pengurangan laba periode ini.
c. Manajer mengurangi fluktuasi laba dengan pemerataan laba (*income smoothing*).

Definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh manajer perusahaan dengan cara memanipulasi data atau informasi akuntansi sedemikian rupa. Salah satu caranya yaitu mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan dengan pemerataan laba agar laba perusahaan berada pada tingkat yang dianggap normal. Hal ini dilakukan agar pemegang saham suka dengan kinerja perusahaan. Karena perataan laba (*income smoothing*) yang dilakukan oleh pihak manajemen sangatlah mempengaruhi keputusan pemegang saham. Benturan kepentingan yang terjadi antara manajemen dengan pemegang saham inilah alasan dilakukannya perataan laba (*income smoothing*).

**3. Ukuran Perusahaan**

Riyanto (2010) menyatakan ukuran perusahaan merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain total aktiva, *log size*, penjualan dan kapitalisasi pasar. Suatu perusahaan yang lebih besar dimana saham yang tersebar sangat luas akan lebih berani mengeluarkan saham baru untuk memenuhi kebutuhannya dibanding dengan perusahaan yang lebih kecil.

Ukuran perusahaan (*size*) merupakan skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Menurut Christiani & Herawaty (2019) ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva dan jumlah penjualan. Perusahaan dikategorikan menjadi dua jenis, yaitu perusahaan berskala kecil dan perusahaan berskala besar.

Menurut Kusumawardhani (2012) ukuran perusahaan adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks sehingga dimungkinkan melakukan tindakan manajemen laba. Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan. Ukuran perusahaan biasanya diukur dengan menggunakan total penjualan, total aset, dan kapitalisasi pasar. Semakin besar nilai total penjualan, total aset dan kapitalisasi pasar maka semakin besar juga ukuran perusahaan.

***4. Leverage***

*Leverage* merupakan suatu perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva perusahaan. Menurut Harjito & Martono (2014) rasio *leverage* menunjukkan atau mengukur besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Penggunaan *leverage* ini dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya aset dan sumber dananya. Oleh karena itu, penggunaan *leverage* akan meningkatkan keuntungan bagi pemegang saham. *Leverage* juga dapat meningkatkan risiko keuntungan. Jika perusahaan memperoleh keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan leverage akan menurunkan keuntungan pemegang saham.

**5. Profitabilitas**

Menurut Untari (2010) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan faktor yang memberikan kebebasan dan fleksibelitas kepada manajemen untuk mengungkapkan pertanggungjawaban kepada pemegang saham. Sehingga dapat diuraikan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba demi menigkatkan nilai pemegang saham. Oleh karean itu, semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar

pengungkapan informasi sosialnya (Hackston & Milne, 1996). Murdoko Sudarmadji & Sularto (2007) menyatakan bahwa profitabilitas merupakan suatu indikator kinerja yang dilakukan manajemen dalam mengelola kekayaan perusahaan yang ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan.

Munawir (2014) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan peusahaan dan kemampuan dalam menggunakan aktivanya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

## C. Pengembangan Hipotesis

### 1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan *(SIZE)* adalah skala yang digunakan dalam menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka informasi yang tersedia bagi investor dalam mengambil keputusan akan semakin banyak dan memperkecil terjadinya asimetri informasi yang mengakibatkan terjadinya tindakan manajemen laba. Asimetri informasi yang dimaksud disini terjadi karena manajer lebih mengetahui dan paham tentang informasi perusahaan dibandingkan dengan pihak lain. Selaku pengelola, manajer berkewajiban untuk memberitahu mengenai kondisi perusahaan yang sebenarnya. Hal itu dapat dilakukan melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan.

Dalam *signalling theory*, yang notabennya investor memiliki informasi yang relatif lebih sedikit dibandingkan dengan pihak manajemen, maka akan muncul asimetri informasi. Tetapi, asimetri informasi yang terjadi akan teratasi karena semakin besar ukuran perusahaan, maka semakin kecil manipulasi laba yang dilakukan oleh pihak manajemen. Karena semakin besar perusahaan maka

semakin ketat pengawasan terhadap pihak internal perusahaan. Dengan demikian, dapat meminimalisir tindakan manajemen perusahaan dalam melakukan kecurangan mengenai informasi laba. Informasi yang dipublikasikan kepada pihak eksternal juga akan semakin transparan dan lengkap sehingga perusahaan yang besar lebih diminati oleh investor (Purnama, 2017). Hal ini didukung oleh penelitian Medyawati & Dayanti (2017) serta Astari & Suryanawa (2017) yang menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

Dengan uraian yang sudah dijelaskan diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

**H1 : Ukuran Perusahaan Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba.**

**2. Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba**

*Leverage* merupakan suatu perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva perusahaan. Rasio *leverage* menunjukkan atau mengukur besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang dibiayai oleh hutang (Harjito & Martono, 2014). Semakin besar rasio *leverage* menunjukkan semakin besar tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pihak kreditur dan semakin besar pula beban biaya hutang (bunga) yang harus dibayar oleh perusahaan. Dengan semakin besarnya rasio *leverage* yang mana beban hutang juga semakin besar, maka akan berdampak pada laba yang diperoleh oleh perusahaan karena sebagian laba tersebut digunakan untuk membayar bunga pinjaman.

Dalam *signalling theory*, yang notabennya investor memiliki informasi yang lebih sedikit dibandingkan dengan pihak manajemen, maka akan muncul asimetri informasi. Asimetri informasi yang muncul akan menjadi modal pihak manajemen untuk memanipulasi dan melakukan manajemen laba, karena tidak ingin investor mengetahui berapa besarnya aktiva yang dimiliki oleh perusahaan yang dibiayai oleh hutang. Semakin besar *leverage*, maka semakin besar pula kemungkinan perusahaan untuk menaikkan laba dan melakukan tindakan manajemen laba. Sebaliknya, semakin kecil *leverage*, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melaksanakan tindakan manajemen laba. Hal ini

didukung oleh penelitian Astuti et al., (2017), Hasty & Herawaty (2017), Astari & Suryanawa (2017), Agustia & Suryani (2018) yang menyatakan bahwa *leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba.

Dengan uraian yang sudah dijelaskan diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

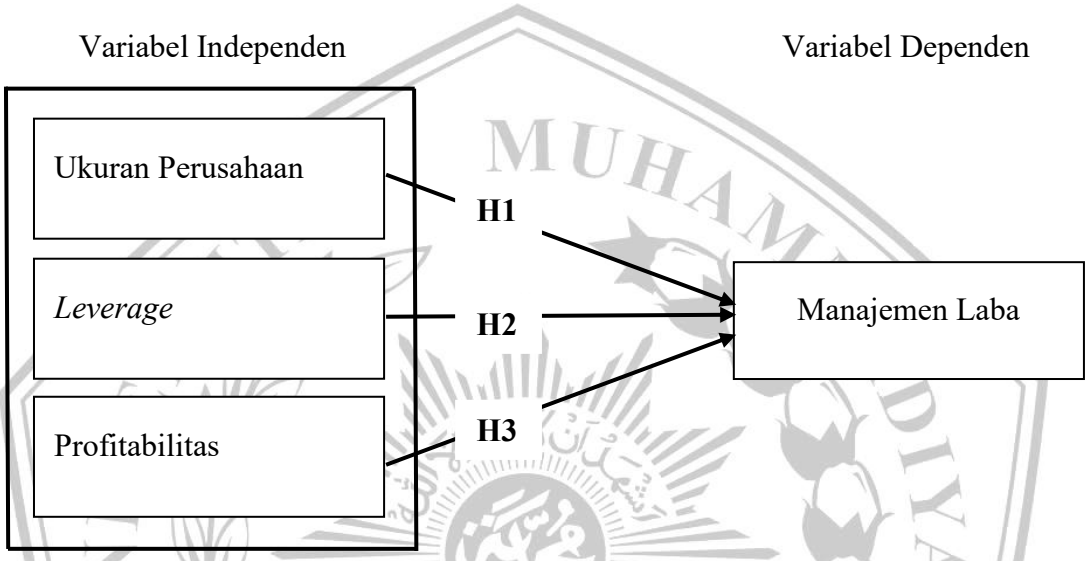
**H2 : *Leverage* Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba.**

**3. Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba**

Munawir (2014) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba dalam periode tertentu. Profitabilitas suatu perusahaan diukur dengan kesuksesan perusahaan dan kemampuan dalam menggunakan aktivanya secara produktif, dengan demikian profitabilitas suatu perusahaan dapat diketahui dengan cara membandingkan antara laba yang diperoleh dalam suatu periode dengan jumlah aktiva atau jumlah modal perusahaan tersebut.

Dalam *signalling theory*, yang notabennya investor memiliki informasi yang lebih sedikit dibandingkan dengan pihak manajemen, maka akan muncul asimetri informasi. Asimetri informasi yang muncul akan menjadi nilai lebih bagi pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba. Hal ini dilakukan dengan menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aset yang digunakan dalam kegiatan operasi secara baik dan prima. Tetapi, secara realita tidak seperti itu. Dalam kaitannya dengan manajemen laba (earnings management), profitabilitas dapat mempengaruhi pihak manajemen untuk melakukan manajemen laba. Karena jika profitabilitas perusahaan rendah, maka pihak manajemen akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya dimata pemilik. Hal ini didukung oleh penelitian Purnama (2017), Hasty & Herawaty (2017), Astari & Suryanawa (2017) yang menyatakan bahwa profitabilitas berpengaruh terhadap manajemen laba.

Dengan uraian yang sudah dijelaskan diatas, penelitian ini mengajukan hipotesis sebagai berikut :

**H3 : Profitabilitas Berpengaruh Terhadap Manajemen Laba.**

**Kerangka Pemikiran**