**BAB II**

**KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

**2.1 Kajian Pustaka**

**2.1.1 Asimetri Informasi**

**2.1.1.1 Pengertian Asimetri Informasi**

 Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan.

Menurut Scott (2009:105) asimetri informasi sebagai berikut:

*“Frequently, one type of participant in the market (sellers,for example) will know something about the assets being traded the another type of participant (buyers) does not know. When this situation exixts, the market is said to be characterized by information asymmetry”*

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa, asimetri informasi merupakan salah satu kondisi dalam transaksi dimana salah satu pihak yang terlibat dalam transaksi tersebut memiliki keunggulan dan kelebihan informasi mengenai aset yang diperdagangkan dibandingkan dengan pihak lain.

Menurut Jogiyanto (2008:387) pengertian asimetri informasi, yaitu:

“Asimetri informasi adalah kondisi yang menunjukan sebagian investor mempunyai informasi dan yang lainnya tidak memiliki”.

Pengertian asimetri informasi menurut Suwardjono (2005:584), yaitu :

“Asimetri informasi adalah dimana manajemen sebagai pihak yang lebih menguasai informasi dibandingkan investor/kreditor”.

Menurut Mamduh M. Hanafi (2008:217), mengatakan bahwa:

 “Konsep signaling dan asimetri informasi berkaitan erat, teori asimetri mengatakan bahwa pihak-pihak yang berkaitan degan perusahaan tidak mempunyai informasi yang sama mengenai prospek dan risiko perusahaan, pihak tertentu mempunyai informasi lebih baik dibandingkan dengan pihak luar”.

 Asimetri informasi terjadi karena manajer lebih superior dalam menguasai informasi dibandingkan pihak lain (pemilik atau pemegang saham). Dengan asumsi bahwa individu-individu bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, maka dengan informasi asimetri yang dimilikinya akan mendorong agent untuk menyembunyikan beberapa informasi yang tidak diketahui principal sebagai pemilik. Sehingga dengan adanya asimetri antara manajemen (agent) dengan pemilik (principal) memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba (earnings management) dalam rangka meningkatkan utilitasnya. Fleksibilitas manajemen untuk memanajemenkan laba dapat dikurangi dengan menyediakan informasi yang lebih berkualitas bagi pihak luar. Kualitas laporan keuangan akan mencerminkan tingkat manajemen laba.

**2.1.1.2 Jenis-jenis Asimetri Informasi**

 Scott membagi asimetri informasi menjadi dua jenis berdasarkan bagaimana suatu pihak memiliki informasi yang lebih unggul daripada pihak lainnya.

 Menurut scott (2009:13-15), dua jenis asimetri informasi yaitu:

1. *Adverse Selection*

*“Adverse selection is a type of information asymmetry whereby one or more parties to a business transaction, or potential transaction, have an information advantage over other parties”*

Berdasarkan pernyataan di atas dapat disimpulkan bahwa *adverse selection* adalah jenis informasi yang diperoleh dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial memiliki keunggulan informasi melalui pihak lain. *Adverse selection* terjadi karena beberapa orang seperti manajer perusahaan dan para pihak dalam (insiders) lainnya mengetahui kondisi terkini dan prospek ke depan suatu perusahaan daripada para investor luar.

1. *Moral Hazard*

*“Moral hazard is a type of information asymmetry whereby one or more parties to a business transaction, or potential transaction, can observe their actions in fulfillment of the transaction but other parties cannot”.*

Berdasarkan pernyataan diatas, *moral hazard* adalah jenis informasi dimana satu atau lebih pihak dalam suatu transaksi bisnis, atau transaksi potensial, dapat mengamati tindakan mereka dalam pemenuhan transaksi tetapi pihak lain tidak bisa. *Moral hazard* dapat terjadi karena adanya pemisahan kepemilikan dan pengendalian yang merupakan karakteristik kebanyakan perusahaan besar.

* + - 1. **Pengukuran Asimetri Informasi**

Dalam melakukan pengukuran terhadap asimetri informasi, penulis menggunakan teori *bid-ask spread*. *Bid-ask spread* adalah selisih dari harga *bid* dan *ask* sehingga disebut *bid-ask spread*.

 Menurut Clarks dan Sashri (2000) dalam Wasilah (2005) estimasi asimetri informasi dapat dilakukan berdasarkan tiga pendekatan utama, yaitu:

1. Berdasarkan *analyst forecast*

Proksi yang digunakan dalam pendekatan ini adalah keakuratan analisis dalam melakukan prediksi atas *earning per share* (EPS) dan diprediksi para ahli sebagai ukuran asimetri informasi.

Masalah yang sering timbul dari perhitungan ini adalah para analis seringkali bersikap *over-reacting* terhadap informasi positif dan bersikap *under-reacting* terhadap informasi negatif. Selain itu, penggunaan *forecast error* sebagai cara menghitung asimetri informasi tidak selalu berhubungan dengan tingkat risiko yang dihadapi oleh perusahaan melainkan mungkin berhubungan dengan fluktuasi dari *earning* dan bukan disebabkan oleh asimetri informasi yang lebih tinggi. Namun Chung et al. (1995) dalam Wasilah (2005), berpendapat bahwa ada hubungan yang positif antara pendapat analisis dengan selisih harga *bid ask*.

1. Berdasarkan kesempatan berinvestasi.

Bahwa perusahaan dengan tingkat pertumbuhan tinggi mempunyai kemampuan lebih baik untuk memprediksi arus kas pada periode mendatang. Prediksi tersebut berdasarkan aset perusahaan. Beberapa proksi yang banyak digunakan adalah rasio *market value to book value* dari ekuitas, *market to book value* dari aset, *price earnings ratio*.

Alasan menggunakan rasio tersebut adalah sebagai berikut:

* Rasio *market to book value* dari ekuitas dan assets, selain mencerminkan kinerja perusahaan, juga mencerminkan potensi pertumbuhan perusahaan dengan aset yang dimilikinya.
* *Price earning ratio* mencerminkan risiko dari pertumbuhan *earning* yang dihadapi perusahaan.
1. Berdasarkan teori *market microstructure*.

Yang menjadi perhatian luas dari teori ini adalah bagaimana harga dan volume perdagangan dapat dibentuk. Untuk melihat kedua faktor tersebut melalui *bid-ask spread* yang menyatakan bahwa terdapat suatu komponen *spread* yang turut memberikan kontribusi kerugian yang dialami *dealer* (perusahaan) ketika melakukan transaksi dengan pedagang informasi (informasi traider). *Bid-ask spread* merupakan selisih harga tertinggi dimana *trade* (pedagang saham) bersedia membeli suatu saham dengan harga jual terendah dimana *trader* bersedia menjual saham tersebut.

 Dalam penelitian ini asimetri informasi diukur menggunakan *bid-ask spread* yang merupakan salah satu ukuran dalam likuiditas yang mengukur asimetri informasi antara manajemen laba dan pemegang saham perusahaan.

 Menurut Jogiyanto (2008:417) *bid-ask spread* yaitu: “*Bid-ask spread* merupakan selisih harga beli terendah yang diajukan oleh pembeli dan harga jual tertinggi yang diminta oleh penjual”. Dalam menghitung besarnya *bid-ask spread* dalam penelitian ini menggunakan relative *bid-ask spread* yang dioperasionalisasi, yaitu:

$$SPREAD\_{i.t}=\left(ask\_{i.t}-bid\_{i.t}\right)/\left[\frac{\left(ask\_{i.t}+bid\_{i.t}\right)}{2}\right]x100$$

Keterangan:

SPRED= Selisih harga saat *ask* dengan harga *bid* perusahaan yang terjadi pada t

Askit = Harga *ask* tertinggi saham perusahaan I yang terjadi pada hari t

Bidit = Harga *bid* terendah saham perusahaan I yang terjadi pada hari t

**2.1.1.4 Teori *Bid-Ask Spread***

 Jika seorang investor ingin membeli atau menjual suatu saham atau sekuritas lain di pasar modal, dia biasanya melakukan transaksi melalui *broker/dealer* yang memiliki spesialis dalam sekuritas. *Broker/dealer* inilah yang siap untuk menjual pada investor untuk harga *ask* jika investor ingin membeli suatu sekuritas. Jika investor sudah mempunyai suatu sekuritas dan ingin menjualnya, maka *broker/dealer* ini yang akan membeli sekuritas dengan harga *bid*. Perbedaan antara harga *bid* dan harga *ask* adalah *spread*. Jadi, *bid-ask spread* merupakan selisih harga beli tertinggi bagi *broker/dealer* bersedia untuk membeli suatu saham dan harga jual dimana *broker/dealer* bersedia untuk menjual saham tersebut (Restuwulan, 2013).

 Dalam mekanisme pasar modal, pelaku pasar juga menghadapi masalah keagenan. Partisipan pasar saling berinteraksi di pasar modal guna mewujudkan tujuannya yaitu membeli atau menjual sekuritasnya, sehingga aktivitas yang mereka lakukan dipengaruhi oleh informasi yang diterima baik secara langsung (laporan publik) maupun tidak langsung (*insider trading)*. *Dealer* atau *market makers* memiliki daya pikir terbatas terhadap persepsi masa depan dan menghadapi kerugian ketika berhadapan dengan *informed traders*. Hal inilah yang menimbulkan *adverse selection* yang mendorong *dealers* untuk menutupi kerugian dari pedagang terinformasi dengan meningkatkan *spread*nya terhadap pedagang likuid. Jadi dapat dikatakan bahwa asimetri informasi yang terjadi antara dealer dan pedagang terinformasi tercermin pada spread yang ditentukannya (Komalasari, 2011).

**2.1.2 *Leverage***

**2.1.2.1 Pengertian *Leverage***

 Istilah *leverage* biasanya dipergunakan untuk menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menggunakan aktiva atau dana yang mempunyai beban tetap (*fixed cost assets or funds*) untuk memperbesar penghasilan (*return*) bagi pemilik perusahaan. Dengan memperbesar tingkat *leverage* maka hal ini berarti bahwa tingkat ketidakpastian (*uncertainty*) dari return yang akan diperoleh akan semakin tinggi pula, tetapi pada saat yang sama hal tersebut juga akan memperoleh jumlah *return* yang akan diperoleh. Tingkat *leverage* bisa saja berbeda-beda antara perusahaan yang satu dengan yang lainnya atau dari satu periode ke periode berikutnya. Tetapi yang jelas, semakin tinggi tingkat *leverage* akan semakin tinggi risiko yang dihadapi serta semakin besar tingkat return atau penghasilan yang diharapkan. Sudana (2011:20) berpendapat bahwa *leverage* adalah mengukur berapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan.

*Leverage* merupakan rasio yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek maupun jangka panjangnya sehingga lebih menyeluruh.

Irham Fahmi (2012:127) mendefinisikan rasio *leverage* adalah sebagai berikut:

“Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan utang yang terlalu tinggi akan membahayakan perusahaan karena perusahaan akan masuk dalam kategori *extreme leverage* (utang ekstrim) yaitu perusahaan terjebak dalam tingkat utang yang tinggi dan sulit untuk melepaskan beban utang tersebut”.

Menurut Kasmir (2012:151) rasio *leverage* yaitu:

“Rasio solvabilitas atau *leverage* ratio merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya berapa besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya”.

 Berdasarkan definisi-definisi diatas dapat disimpulkan bahwa *leverage* merupakan rasio yang mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka panjangnya yang membandingkan antara hutang dan ekuitas dalam pendanaan perusahaan dan menilai batasan perusahaan dalam meminjam uang.

**2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat *Leverage***

Terdapat beberapa tujuan dan manfaat rasio solvabilitas bagi pihak perusahaan dan pihak di luar perusahaan. Menurut Kasmir (2012:153-154), berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio solvabilitas yakni:

1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.

Sementara itu, manfaat rasio solvabilitas atau *leverage ratio* adalah:

1. Untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainya.
2. Untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap.
3. Untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai hutang.
5. Untuk menganalisis seberapa besar hutang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menganalisis atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang.
7. Untuk menganalisis berapa dana pinjaman yang segera ditagih ada terdapat sekian kalinya modal sendiri; dan
8. Manfaat lainnya.

**2.1.2.3 Jenis-jenis dan Pengukuran Rasio *Leverage***

Menurut Kasmir (2012:155-163) terdapat beberapa jenis rasio solvabilitas atau *leverage* *ratio* yang bisa dimanfaatkan oleh perusahaan yakni sebagai berikut:

1. *Debt to Asset Ratio (Debt Ratio)*

Debt Ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayaioleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Dari hasil pengukuran, apabila rasionya tinggi, artinya pendanaan dengan utang semakin banyak, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk memperoleh tambahan pinjaman karena dikhawatirkan perusahaan tidak mampu menutupi utang-utangnya dengan aktiva yang dimilikinya. Demikian pula apabila rasio rendah, semakin kecil perusahaan dibiayai dengan utang. Standar pengukuran untuk menilai baik tidaknya rasio perusahaan, digunakan rasio rata-rata industri sejenis.

Rumus untuk mencari *debt ratio* dapat digunakan sebagai berikut (Kasmir, 2012:156)

*Debt to Asset Ratio* = $\frac{Total debt}{Total assets}$

1. *Debt to Equity Ratio*

*Debt to Equity ratio* merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancer dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Rumus untuk mencari debt to equity ratio depat digunakan perbandingan antara total utang dengan total equitas sebagai berikut (Kasmir, 2012:157)

*Debt to Equity Ratio* = $\frac{Total Hutang (Debt)}{Ekuitas (Equity)}$

1. *Long Term Debt to Equity Ratio (LTDtER)*

*Long term debt to equity ratio* merupakan rasio antara utang jangka panjang dengan modal sendiri. Tujuannya adalah untuk mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang dengan cara membandingkan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri yang disediakan oleh perusahaan.

Rumus untuk mencari longs *term debt to equity ratio* adalah dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri (Kasmir, 2012:159), yaitu:

*LTDtER* = $\frac{Total Hutanglong term debt }{Ekuity}$

1. *Time Interest Earned*

Menurut J.Fred Weston dalam Kasmir (2012:160) *Time interest earned* merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Rasio ini diartikan oleh James C.Van Horne juga sebagai kemampuan perusahaan untuk membiayai bunga, sama seperti *average ratio*.

Jumlah kali perolehan bunga atau *times inters earned* merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menurun tampa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya. Apabila perusahaan tidak mampu membayar bunga, dalam jangka panjang menghilangkan kepercayaan dari para kreditor. Bahkan ketidakmampuan menutup biaya tidak menutup kemungkinan akan mengakibatkan adanya tuntutan hukum dari kreditor. Lalu lebih dari itu, kemungkinan perusahaan menuju kea rah pailit semakin besar.

Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan. Rumus untuk mencari times interest earned dapat digunakan dengan dua cara sebahai berikut (Kasmir, 2012:160)

*Time Interest Earned* = $\frac{EBIT}{Biaya Bunga (inters)}$

atau

*Time Interest Earned* = $\frac{EBIT+Biaya Bunga}{Biaya Bunga (inters)}$

1. *Fixed Charge Converage (FCC)*

*Fixed charge coverage* atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang mempunyai *times interest earned ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontak sewa (*lease contract*). Biaya tetap merupakan biaya bunga ditambah kewajiban sewa tahunan atau jangka panjang.

Rumus untuk mencari f*ixed charge coverage (FCC)* adalah sebagai berikut (Kasmir, 2012:162)

*Fixed Charnge Converage* = $\frac{EBIT+ Kewajiban Bunga+Kewajiban sewa/lease}{Biaya bunga+Kewajiban sewa/lease}$

**2.1.3 Ukuran Perusahaan**

**2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur bagi suatu perusahaan untuk menentukan kapasitas perusahaan yang dimilikinya, apakah termasuk perusahaan besar atau kecil. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat keseluruhan total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut.

Menurut Kieso (2011:192) pengertian ukuran perusahaan, yaitu:

*“Assets is a resource controlled by the entity as a result of past event and from which future economic benefits are expected to flow to the entity”.*

Pernyataan diatas menjelaskan bahwa aktiva adalah sumber daya dikendalikan oleh suatu perusahaan sebagai akibat peristiwa masa lalu dan diharapkan akan mendapat manfaat ekonomi masa depan untuk perusahaan.

Menurut Hartono (2008:254) pengertian ukuran perusahaan adalah

“Besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva”.

Menurut Husnan (2007:45) ukuran perusahaan adalah:

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara antara lain: total aktiva *log size*, nilai pasar saham dan lain-lain.”

Dari berbagai definisi diatas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan merupakan ukuran dari besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai skala dan ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan pada total aktiva perusahaan

**2.1.3.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan**

 Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.46/M-DAG/PER/9/2009 tentang penerbitan surat izin usaha perdagangan, pasal 3 mengelompokan ukuran perusahaan atas:

**Tabel 2.1**

**Ukuran perusahaan Menurut Menteri Perdagangan RI**

|  |  |
| --- | --- |
| Kategori | Nilai Aset (tanpa nilai tanah dan bangunan)  |
| Perusahaan kecil | Rp.50.000.000-Rp.500.000.000 |
| Perusahaan menengah | Rp.500.000.000-Rp.10.000.000.000 |
| Perusahaan besar | >Rp.10.000.000.000 |

 Keputusan ketua Bapepam No.Kep 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (kekayaan) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus miliar rupiah, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang memiliki total aktivanya di atas seratus milyar rupiah.

**2.1.3.3 Jenis-jenis Perusahaan**

Sukirno (2011:190) menjelaskan bahwa organisasi perusahaan dapat dibedakan kedalam tiga bentuk organisasi yang pokok, yaitu:

1. Perusahaan perseorangan

Perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh 1 orang sehingga pemiliknya memiliki kebebasan yang tidak terbatas. Ia sepenuhnya menguasai perusahaan dan dapat melakukan apapun tindakan yang dianggapnya untuk menguntungkan usahanya.

1. Firma

Firma merupakan organisasi yang dimiliki oleh beberapa orang. Mereka sepakat untuk menjalankan suatu usaha dan membagi keuntungan yang diperoleh berdasarkan perjanjian yang telah disepakati bersama. Modal perusahaan berasal dari para anggotanya, adakalanya mereka juga meminjam modal dari lembaga-lembaga lain.

1. Perseroan terbatas

Perusahaan-perusahaan besar kebanyakan berbentuk perseroan terbatas. Perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas dapat mengumpulkan modal dengan mengeluarkan saham.

Ketiga bentuk organisasi/perusahaan tersebut merupakan badan usaha swasta yang artinya didirikan oleh orang atau badan swasta. Bentuk organisasi/perusahaan tersebut bergerak pada kegiatan usaha yang berbeda-beda, sehingga bentuk perusahaan itu sendiri dapat dibagi menjadi beberapa kategori.

**2.1.3.4 Pengukuran Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan sering digunakan untuk menentukan tingkat suatu perusahaan. Perusahaan memiliki total aktiva, penjualan dan kapitalisasi pasar yang berbeda-beda. Ketiga hal tersebut seringkali digunakan untuk mengidentifikasi ukuran suatu perusahaan.

Menurut Prasetyantoko (2008:257):

“Aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan, semakin besar aset biasanya perusahaan tersebut semakin besar”.

Menurut Jogiyanto Hartono (2013:282):

“Ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.

Ukuran perusahaan dihitung menggunakan Lagaritma natural dari total asset. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim, untuk menghindari data yang tidak normal tersebut maka total asset perlu di logaritmakan. Menurut Sudirham (2011:85) Logarima natural adalah logaritma dengan menggunakan basis bilangan e. Bilangan e ini, seperti halnya bilangan $π$, adalah

bilangan nyata dengan desimal tak terbatas. Menurut Husnan (2007:45) ukuran perusahaan diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

**2.1.4 Kepemilikan Manajerial**

**2.1.4.1 Pengertian Kepemilikan Manajerial**

Kepemilikan manajerial merupakan persentase saham yang dimiliki oleh pihak manajemen. Pihak manajemen adalah pengelola perusahaan, seperti direktur, manajer, dan karyawan (Boediono, 2005). Indra (2012) Manajemen laba sangat ditentukan oleh motivasi manajemen perusahaan. Motivasi yang berbeda akan menghasilkan besaran manajemen laba yang berbeda, seperti antar manajer yang juga sekaligus sebagai pemegang saham dan manajer yang tidak sebagai pemegang saham. Hal ini sesuai dengan sistem pengelolaan perusahaan dalam dua kriteria, yaitu:

1. Perusahaan yang dipimpin oleh seorang manajer dan pemilik (*owner manager*)
2. Perusahaan yang dipimpin oleh manajer dan non pemilik (*non owners manager*).

 Dua kriteria ini akan mempengaru hi manajemen laba, sebab kepemilikan seorang manajer akan ikut menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan terhadap metode akuntansi yang diterapkan pada perusahaan yang mereka kelola. Manajemen laba muncul sebagai dampak persoalan keagenan dimana terjadi ketidak selarasan kepentingan antara pemilik dan manajemen. Menurut teori eagenan, konflik kepentingan terjadi ketika kedua belah pihak (pemilik dan manajer) ingin memaksimalkan kekayaan mereka sendiri, dengan demikian menyebabkan terjadinya permasalahan keagenan (I Dewa dan I Wayan, 2014).

 Salah satu mekanisme yang digunakan untuk mencoba menurunkan konflik yang disebabkan oleh pemisah kepemilikan dan kontrol diantaranya kedua belah pihak adalah dengan menawarkan manajer untuk berpartisipasi dalam program opsi saham yang dikenal sebagai kompensasi berbasis saham (*stock-based compensation*). Pemberian kompensasi ini untuk manajer akan mengakibatkan peningkatan kepemilikan manajerial (Prempanichnukul dan Krittaya,2012).

 Secara teoritis, pihak manajemen yang memiliki presentase yang tinggi dalam kepemilikan saham akan bertindak layaknya seseorang yang memegang kepentingan dalam perusahaan. Asumsi ini sejalan dengan teori berbasis kontrak (*contracting-based theory*) yang menunjukan bahwa manajemen akan efesien dalam memilih metode akuntansi yang akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan (Christie dan Zimmerman,1994 dalam I Dewa dan I Wayan,2014). Manajer yang memegang saham perusahaan akan ditinjau oleh pihak-pihak yang terkait dalam kontrak seperti pemilihan komite audit yang menciptakan penerimaan untuk pelaporan keuangan berkualitas oleh pemegang saham, kreditur, dan pengguna laporan keuangan untuk memastikan efisiensi kontrak yang dibuat. Dengan demikian manajemen akan termotivasi untuk mempersiapkan laporan kuangan yang berkualitas.

**2.1.4.2 Pengukuran Kepemilikan Manajerial**

 Pengukuran yang di gunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah presentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal perusahaan yang dimiliki (Boediono, 2005).

Menurut Rimi dan Deasy (2015) pengukuran yang di gunakan untuk mengukur kepemilikan manajerial adalah presentase jumlah saham yang dimiliki pihak manajemen dari seluruh modal perusahaan yang dimiliki, yaitu:

Managerial Ownership = $\frac{Share owned by management}{Total share outstanding}$

**2.1.5** **Manajemen Laba**

**2.1.5.1 Pengertian Manajemen Laba**

Pada dasarnya manajemen laba memiliki beberapa definini lain tersendiri, antara lain:

 Scott (2009:403) mandefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

*“Earning management is the choice by manager of accounting policies so as to achieve some specific objective”*

Penyataan tersebut menjelaskan bahwa bahwa manajemen laba adalah suatu tindakan manajer yang dilakukan melalui pilihan kebijakan akuntansi untuk memperoleh tujuan tertentu.

 Kieso (2011:145) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

*“Earning management is often defined as the planned timing of revenues, expense, gains and losses to smooth out bumps in earnings”*

Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa manajemen laba sering didefinisikan sebagai perencanaan waktu dari pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian untuk meratakan fluktuasi laba.

Sri Sulistyanto (2008:6) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

“Manajemen laba adalah upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui stakeholder yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan”.

Menurut Irham Fahmi (2012:158) manajemen laba adalah:

“Suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (*company management*)”.

Dwi Martani (2012:113) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

“Manajemen laba merupakan tindakan yang mengatur waktu pengakuan pendapatan, beban, keuntungan, atau kerugian agar mencapai informasi laba tertentu yang diinginkan, tanpa melanggar ketentuan di standar akuntansi. Biasanya manajemen laba dilakukan dalam bentuk menaikkan laba untuk mencapai target laba tertentu dan juga dalam bentuk menurunkan laba di periode ini, agar dapat menaikan pendapatan di periode mendatang”.

 Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa manajemen laba adalah suatu penyusunan laporan keuangan yang sengaja dilakukan oleh manajemen yang ditunjukan pada pihak eksternal dengan cara meratakan, menaikan dan menurunkan laporan laba dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya dan untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi.

**2.1.5.2 Strategi Manajemen Laba**

 Menurut Subramanyam dan Wild John (2012:131), terdapat tiga jenis strategi manajemen laba, yaitu:

1. Manajer meningkatkan laba *(increasing income)*

Salah satu strategi manajeem laba adalah meningkatkan laba yang dilaporakan pada periode kini untuk membuat perusahaan dipandang lebih baik. Cara ini juga memungkinkan peningkatan laba selama beberapa periode. Pada skenario pertumbuhan, akrual pembalik lebih kecil dibandingkan akrual kini, sehingga dapat meningkatkan laba. Kasus yang terjadi adalah perusahaan dapat melaporkan laba yang lebih tinggi berdasarkan manajemen laba yang agresif sepanjang periode waktu yang panjang.

1. *Big Bath*

Strategi *big bath* dilakukan melalui penghapusan *(write-off)* sebanyak mungkin pada satu periode. Periode yang dipilih biasanya periode dengan kinerja yang buruk (seringkali pada masa resesi dimana perusahaan lain juga melaporkan laba yang buruk) atau peristiwa saat terjadi suatu kejadian yang tidak biasa seperti perubahan manajemen, merger atau restrukturisasi. Strategi bigh bath juga sering kali dilakukan setelah strategi peningkatan laba pada periode sebelumnya. Oleh karena sifat *big bath* yang tidak bisa dan tidak berulang, pemakai cenderung tidak memperhatikan dampak keuangannya. Hal ini memberikan kesempatan untuk menghapus semua dosa masa lalu dan memberikan kesempatan untuk meningkatkan laba dimasa depan.

1. Perataan laba.

Perataan laba merupakan bentuk umum manajeme laba. Pada strategi ini, manajer meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasinya. Perataan laba juga mencakup tidak melapokan bagian laba pada periode baik dengan menciptakan cadangan atau “bank” laba dan kemudian melaporkan laba ini saat periode buruk. Banyak perusahaan menggunakan bentuk manajemen laba ini.

**2.1.5.3 Motivasi Manajemen Laba**

Subramanyam dan Wild John (2012:132) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba:

1. Insentif Perjanjian

Banyak perjanjian yang menggunakan angka ankuntansi. Misalnya perjanjian kompensasi manajer yang biasanya mencakup bonus berdasarkan laba. Perjanjian bonus biasanya memiliki batas atas dan batas bawah, arinya manajer tidak mendapatkan bonus jika lebih rendah dari bataas bawah dan tidak mendapatkan bonus tambahan saat laba lebih tinggi dari batas atas.

1. Dampak Harga Saham

Manajer dapat meningkatkan laba untuk menaikan harga saham perusahaan sementara sepanjang satu kejadian tertentu seperti merger yang akan dilakukan atau penawaran surat berharga, atau rencana untuk menjual saham atau melaksanakan opsi. Manajer juga melakukan perataan laba untuk menurunkan persepsi pasar akan resiko dan menurunkan biaya modal. Salah satu insentif manajemn laba yang terkait lainya adalah untuk melampaui ekspektasi pasar.

1. Insentif lain

Laba seringkali diturunkan untuk menghindari biaya politik dan penelitian yang dilakukan badan pemerintah, misalnya untuk ketaatan undang-undang anti monopoly dan IRS. Selain itu perusahaan dapat menurunkan laba untuk memperoleh keuntungan dari pemerintah, misalnya subsidi atau proteksi dari pesaing asing. Perusahaan juga menurunkan laba untuk mengelakan permintaan serikat buruh. Salah satu insentif manajemen laba lainya adalah perbahan manajemen yang sering menyebabkan *big bath*. Alasannya terjadi *big bath* adalah melemparkan kesalahan kepada manager yang berwewenang sebagai tanda bahwa manajer baru harus membuat keputusan tegas untuk memperbaiki perusahaan, dan yang terpenting adalah memberikan kemungkinan dilakukannya peningkatan laba dimasa depan.

**2.1.5.4 Pendekatan Manajemen Laba**

 Pada umumnya pendeteksian manajemen laba dilakukan dengan menggunakan pendekatan *accrual*. Pendekatan ini akan menggunakan pengukuran berbasis akual (accrual based measures) dalam mendeteksi ada tidaknya manipulasi.

 Ada tiga pendekatan untuk mendeteksi manajemen laba menurut Sri Sulistyanto (2008:211) yaitu:

1. Model Berbasis *Aggregate Accrual*

Model pertama merupakan model yang berbasis Aggregate Accrual yaitu model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan *discretionary accrual* sebagai proksi manajemen laba.

1. Model Berbasis *Spesific Accruals*

Model kedua merupakan model yang berbasis akrual khusus (*Specific Accruals*), yaitu pendekatan yang menghitung akrual sebagai proksi manajemen laba dengan menggunakan item atau komponen laporan keuangan tertentu dari industry tertentu atau cadangan kerugian piutang dari industri asuransi.

1. Model Berbasis *Distribution Of Earning After Management*

Pendekatan ini dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap komponen-komponen laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba.

**2.1.5.5 Pengukuran Manajemen Laba**

 Metode yang digunakan untuk pendeteksian manajemen laba ini mengikuti model yang dikembangkan oleh Jones (1991) yang dikenal sebagai (*Modified Jones Model*), yang merupakan modifikasi dari *Jones Model*.

 Menurut Sri Sulistyanto (2008:225) menyatakan bahwa:

 “Model Jones Modifikasi (*Modified Jones Model*) merupakan modifikasi dari model Jones yang didesain untuk mengeliminasi kecenderungan untuk menggunakan perkiraan yang bisa salah dari model Jones untuk menentukan *desrectionary accrual* ketika *disrection* melebihi pendapatan.”

 Menurut Sri Sulistyanto (2008:225), langkah-langkah yang dilakukan dalam perhitungan *disrectionary accruals* (DTA), yaitu:

1. Menghitung nilai total akrual (TAC)

*TAC = Net Income – Cash Flow From Operations*

1. Menghitung nilai *current accruals* yang merupakan selisih antara perubahan (D) aktiva lancer (*current assets*) dikurangi dengan kas, dengan perubahan utang lancer (*current liabilities*) dikurangi utang jangka panjang yang akan jatuh tempo (*current maturity of long-term debt*).

*Current Accruals =*D (*current Assets*-*Cash*)–D (*Current Liabilities-Current maturity of LongTerm Debt*

1. Menghitung nilai *nondisrectionary accruals* sesuai dengan rumus diatas terlebih dahulu melakukan regresi linier sederhana terhadap $\frac{CurrAcc\_{i.t}}{TA\_{i.t}}$ sebagai variabel dependen serta $\frac{1}{TA\_{i.t}}$ dan $\frac{ΔSales\_{i.t}}{TA\_{i.t}}$ sebagai variabel independennya.

$\frac{CurrAcc\_{i.t}}{TA\_{i.t}}$ = ᵅ1 [$\frac{1}{TA\_{i.t}}$] + ᵅ2 [$\frac{ΔSales\_{i.t}}{TA\_{i.t}}$] + ∑

=

Dengan melakukan regresi terhadap ketika variabel itu akan memperoleh koefisien dari variabel independen, yaitu ᵅ1 dan ᵅ2 yang dimasukan dalam persamaan dibawah ini untuk menghitung nilai *nondisrectionary accruals.*

$NDAC\_{it}$ = ᵅ1 [$\frac{1}{TA\_{i.t}}$] + ᵅ2 [$\frac{ΔSales\_{i.t}- ΔTR\_{it}}{TA\_{i.t}}$]

 Keterangan :

 $NDAC\_{it}$ = *Nondisrectionary current accruals* perusahaan *i*  periode *t*

 ᵅ1 = Estimated intercept perusahaan *i* periode *t*

ᵅ2 = Slope untuk perusahaan *i* periode *t*

TAi.t-1 = Total assets untuk perusahaan *i* periode *t*

ΔSalesi.t = Perubahan penjualan perusahaan *i* periode t

ΔTRi.t = Perubahan dalam piutang dagang perusahaan periode *t*

1. Menghitung nilai *disrectionary current accruals*, yaitu *desrectionary accreuals* yang terjadi dari komponen-komponen aktiva lancar yang dimiliki perusahaan dengan rumus sebagai berikut:

DCAi.t = $\frac{CurrAcc\_{i.t}}{TA\_{i.t-1}}$ – NDCAi.t

 Keterangan :

 DCAi.t  = *Disrectionary current accruals* perusahaan *i* periode *t*

 $CurrAcc\_{i.t}$ = *Current Accruals* perusahaan *i* periode *t*

 TAi.t-1 = Total aktiva perusahaan *i* periode *t*

 NDCAi.t = *Nondisrectionary current accruals* perusahaan *i* periode *t*

1. Menghitung nilai *nondisrectionary accruals* sesuai dengan rumus di atas dengan terlebih dahulu melakukan regresi linier sederhana terhadap $\frac{TAC\_{i.t}}{TA\_{i.t-1}}$ sebagai variabel dependennya serta $\frac{1}{TA\_{i.t-1}}$ , $\frac{ΔSales\_{i.t}}{TA\_{i.t-1}}$ , dan $\frac{PPE\_{i.t}}{TA\_{i.t-1}}$ sebagai variabel independennya.

$\frac{TAC\_{i,t}}{TA\_{i,t-1}}$$ = \hat{b}\_{0} \left⌊\frac{1}{TA\_{t-1}}\right⌋+ \hat{b}\_{1} \left⌊\frac{ΔSales\_{i.t}}{TA\_{i,t-1}}\right⌋+ \hat{b}\_{2} \left⌊\frac{PPE\_{i,t}}{TA\_{i,t-1}}\right⌋$ + ∑

Dengan melakukan regresi terhadap ketiga variabel itu akan diperoleh koefisien dari variabel independen yaitu *b*1, *b*2 dan *b*3 yang akan dimasukan dalam persamaan dibawah ini untuk menghitung nilai *nondisrectionary accruals*.

$NDA\_{i,t}$$ = \hat{b}\_{0} \left⌊\frac{1}{TA\_{i,t-1}}\right⌋+ \hat{b}\_{1} \left⌊\frac{∆Sales\_{i,t}- ∆TR\_{i,t}}{TA\_{i,t-1}}\right⌋+ \hat{b}\_{2} \left⌊\frac{PPE\_{i,t}}{TA\_{i,t-1}}\right⌋$

Keterangan :

 $\hat{b}\_{0}$ = *Estimated intercept* perusahaan *i* periode *t*

$\hat{b}\_{1}$*,*$ \hat{b}\_{2}$ = *Slope* untuk perusahaan *i* periode *t*

$PPE\_{i,t}$ = Aktiva tetap *(Gross property, plant, and equipment)* perusahaan I periode t

1. Menghitung nilai *disrectionary accruals, disrectionary long-term accruals,* dan *nondisrectionary long-term accruals. Disrectionary accruals* (DTA) merupakan selisih total akrual (TAC) dengan *nondisrectionary accruals* (NDTA). *Disrectionary long-term accruals* (DLTA) merupakan selisih *disrectionary accruals* (DTA) dengan *disrectionary current accruals* (DCA), sedangkan *nondisrectionary long-term accruals* (NDLTA) merupakan selisih *nondisrectionary accruals* (NDTA) dengan *nondisrectionary current accruals* (NDCA).

Sedangkan Muid (2005) menyatakan untuk mendeteksi apakah perusahaan melakukan manajemen laba dalam laporan keuangannya maka digunakan rumus *total accruals*, dengan menggunakan persamaan:

TACPT = NOIPT – CFFOPT

TACPT : *Total Accruals* pada periode tes.

NOIPT : *Net Operating Income* pada periode tes.

CFFOPT : *Cash Flow from Operations* pada periode tes

Total accrual terdiri dari discretionary dan non-discretionary accruals. Total accruals digunakan sebagai indikator, sebab discretionary accruals (DAC) sulit untuk diamati, karena ditentukan oleh kebijakan masing-masing manajer. Menurut Sri Sulistyanto (2008:165) Manajemen laba dapat diukur dengan *discretionary accrual*. Dalam penelitian ini *discretionary accrual* digunakan sebagai proksi karena merupakan komponen yang dapat dimanipulasi oleh manajer seperti penjual.

 Muid (2005) merumuskan dalam persamaan sebagai berikut:

DACPT = (TACPT /SalesPT )-(TACPD/SalesPD )

PT : Periode Tes

PD : Periode Dasar

 Adanya manajemen laba ditandai dengan DAC positif dan apabila DAC bernilai negatif berarti tidak terdapat manajemen laba.

**2.1.5.6** **Penelitian Terdahulu**

 Adapun beberapa peneliti terdahulu mengenai asimetri informasi, *leverage*, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial terhadap manajemen laba dapat dilihat pada table 2.2 berikut ini:

**Tabel 2.2**

**Hasil Peneliti Terdahulu**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| NO | PENULIS | TAHUN | JUDUL | HASIL PENELITIAN |
| 1 | Restu Agustini dan Tyas Pramesti | 2009 | Pengaruh Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan, Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba. | Variabel asimetri informasi, ukuran perusahaan dan kepemilikan manajerial berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia periode pengamatan 2005-2007. |
| 2 | Desmiyawati, nasrizal dan Yessi Fitriana | 2009 | Pengaruh Asimetri Informasi dan Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. | Asimetri informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemem laba.Ukuran perusahaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. |
| 3 | Gagaring Panggalung | 2011 | Pengaruh *Corvorate Governance*, Ukuran Perusahaan dan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba Perusahaan Manufaktur Indonesia. | Pelaksanaan *corvorate governance* melalui kepemilikan manajerial, komposisi dewan komisaris independen, dan jumlah pertemuan komite audit mempunyai pengaruh negative signifikan terhadap manajemen laba. Disisi lain kepemilikan institusional dan ukuran perusahaan dewan komisaris mempunyai pengaruh positif terhadap manajemen laba.Ukuran perusahaan mempunyai hubungan negative signifikan terhadap manajemen laba.*Leverage* tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap manajemen laba. |
| 4 | Indra Kusumawardhani | 2012 | Pengaruh *Corvorate Governance*, Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. | *Corvorate Governance,* struktur kepemilikan (kepemilikan manajerial dan kepemilikan institusional) dan ukuran perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Secara parsial, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Jika kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan tinggi ,maka manajemen cenderung tidak melakukan manajemen laba. *Convorate governance* dan kepemilikan institusional secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. |
| 5 | Dian Agustia | 2012 | Pengaruh Faktor *Good Corvornance Governance*, *Free Cash Flow,* dan *Leverage* Terhadap manajemen Laba. | Semua komponen *good corvorate governance* (ukuran komite audit, proporsi komite audit independen, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan *leverage* berpengaruh, *free cash flow* berpengaruh negative dan signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini berarti perusahaan dengan *free cash flow* yang tinggi akan membatasi praktek manajemen laba. |
| 6 | Arri Wiryadi dan Nurzi Sebrina | 2013 | Pengaruh Asimetri Informasi, Kualitas Audit, dan Struktur Kepemilikan Terhadap Manajemen Laba. | Asimetri informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI).Kualitas audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pda perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)Kepemilikan manajerial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI)Kepemilikan institusional tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. |

**2.2 Kerangka Pemikiran**

**2.2.1 Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba**

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Asimetri informasi akan mendorong manajer untuk menyajikan informasi yang tidak sebenarnya terutama jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer.

 Menurut Sri Sulistyanto (2008:86) pengaruh asimetri terhadap manajemen laba adalah sebagai berikut:

“Tingkat pengungkapan perusahaan dipengaruhi oleh asimetri informasi yang terjadi di pasar. Semakin tinggi asimetri informasi akan membuat tingkat pengungkapan yang dilakukan perusahaan semakin rendah. Artinya, semakin tinggi asimetri informasi akan membuat manajer semakin leluasa untuk mengatur informasi apasaja yang harus diungapkan, disembunyikan, ditunda, atau diubah. Upaya smacam ini disebut dengan manajemen laba.”

 Menurut Richardson (1998) dalam Restuwulan (2013) teori pengaruh asimetri informasi terhadap manajemen laba adalah sebagai berikut:

*“The presence of information asymmetry is a necessary condition for earning management. I extend that argument by suggesting that the level of earning management increases as the level of information asymmetry increase. When information asymmetry is a high, stakeholder may not have the necessary information to undo the manipulated earnings. Another possible explanation is that the existence of firm with high levels of information asymmetry is evidence of shareholders without sufficient resources, incentive, or acces to relevant information to monitor manager’s action, which may give rise to the practice of earning management”*

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara asimetri informasi dengan manajemen laba. Ketika asimetri informasi tinggi, stakeholder tidak memiliki sumber daya yang cukup atas informasi yang relevan dalam memonitor tindakan manajer sehingga akan memunculkan praktik manajemen laba. Akibatnya asimetri informasi ini akan mendorong manajer untuk tidak menyajikan informasi selengkapnya. Jika informasi tersebut berkaitan dengan pengukuran kinerja manajer.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Restu Agustini dan Tyas Pramesti (2009), Dini Tri Wardani dan Masodah (2011) menunjukan bahwa asimetri informasi memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba.

**2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap manajemen Laba**

 *Leverage* merupakan ukuran besarnya hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk mendanai total aset. Semakin besar hutang yang digunakan, semakin besar pula risiko yang akan dihadapi perusahaan dalam memenuhi kewajiban kontraktual dengan para kreditur .

Husnan (2005:319) dalam menyatakan:

“*Leverage* yang tinggi yang disebabkan kesalaham manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan atau penerapan strategi yang kurang tepat dari pihak manajemen. Oleh karena kurangnya pengawasan yang menyebabkan *leverage* yang tinggi, juga akan meningkatkan tindakan *opportunistic* seperti manajemen laba untuk mempertahankan kinerjanya di mata pemegang saham dan publik”.

Sulistyanto (2008:63) menyatakan:

“Perusahaan yang mempunyai rasio antara utang dan ekuitas lebih besar, cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya.”

Widyaningdyah (2001) dalam Edgina Antonia (2008) menyatakan:

“Perusahaan yang memiliki rasio *leverage* yang lebih tinggi diduga melakukan manajemen laba, karena perusahaan terancam gagal dalam memenuhi kewajiban utang pada waktunya.”

Investor untuk melihat kemampuan dan resiko perusahaan, salah satunya dengan *leverage* rasio. Penggunaan *debt to assets ratio* sebagai proksi variable *leverage ratio*. Perusahaan yang memiliki rasio hutang relative tinggi akan memiliki ekspetasi pengembalian yang juga lebih tinggi ketika perekonomian berada pada kondisi yang normal, namun memiliki resiko kerugian ketika ekonomi mengalami resesi (Brigham dan Houston, 2010:143). Dengan memperoleh dana melalui hutang, para pemegang saham dapat mempertahankan kendali mereka atas perusahaan tersebut dengan sekaligus membatasi investasi yang mereka tanamkan (Dian,2013).

 Semakin besar rasio *leverage* berarti semakin tinggi nilai utang perusahaan. Sejalan dengan dikemukakan oleh Watt and Zimmerman dalam sulistyanto (2008) mengemukakan dalam hipotesis *debt covenant* bahwa motivasi *debt covenant* disebabkan oleh munculnya perjanjian kontrak antara manajer dengan perusahaan yang berbasis manajerial. Dengan demikian, perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi, berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi aktivanya akan cenderung melakukan manipulasi dalam bentuk manajemen laba.

 Hasil penelitian yang dilakukan oleh Dini Tri Wardani dan Masodah (2011), Dian Agustia (2012), dan Veliandina Chaivan Naftalia, Marsono (2013) menemukan bukti bahwa *leverage* mempunyai hubungan positif dengan manajemen laba.

**2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba**

 Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukan besar kecilnya perusahaan. Semakin besar perusahaan dan luasan usahanya mengakibatkan pemilik tidak bisa mengelola sendiri perusahaannya secara langsung. Hal inilah yang memicu munculnya masalah keagenan. Perusahaan yang berukuran besar memiliki kecenderungan melakukan tindakan manajemen laba lebih kecil dibandingkan perusahaan yang lebih kecil karena perusahaan besar dipandang lebih kritis oleh pihak luar, baik oleh investor, kreditor, pemerintah maupun masyarakat.

 Sri Sulistyanto (2008:208) menyatakan bahwa:

“Perusahaan besar akan lebih diperhatikan oleh pihak luar dibandingkan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil. Para manager yang mengelola perusahaan besar tidak termotivasi untuk melakukan rekayasa dalam laporan keuangannya dan memilih untuk mengutamakan kepentingan pemegang saham, sedangkan perusahaan kecil lebih leluasa untuk mengubah laporan keuangannya karena kurangnya perhatian dari pihak luar”.

 Santi (2008) dalam Restu Agustini dan Tyas Pramesti (2009) menyatakan bahwa:

“Perusahaan yang besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba, karena salah satu alasan utamanya adalah perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspetasi dari investor atau pemegang sahamnya. Semakin besar perusahaan, semakin banyak estimasi dan penilaian yang perlu diterapkan untuk tiap jenis aktivitas perusahaan yang semakin banyak”.

 Menurut Watts&Zimmerman (1978) dalam Restu Agustini dan Tyas Pramesti

(2009) menyatakan bahwa:

“Dukungan maupun penentangan terhadap suatu rencana standar akuntansi bergantung pada ukuran perusahaan (menurut nilai aktiva) dan dampaknya terhadap peningkatan atau penurunan laba yang dilaporkan”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Restu Agustini dan Tyas Pramesti (2009), Desmiyawati, Narizal dan Yessi Fitriana (2009) menyatakan bahwa ukuran perusahaan mempunyai hubungan positif dengan manajemen laba.

**2.2.4 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba**

Struktur kepemilikan manajerial adalah persentase saham yang dimiliki oleh direktur dan komisaris. Kepemilikan manajerial merupakan salah satu mekanisme pengendalian yang dapat dilakukan oleh pemegang saham untuk dapat mengurangi manajemen laba.

Rimi dan Deasy (2015) menyatakan bahwa:

“*The purpose of corporate governance is to create added value for all stakeholders. If Corporate Governance in managerial ownership, can run well, it can improve the success of the business and corporate accountability, then the possibility of Earnings Management to provide personal gain will be very small*.”

 Berdasarkan dengan pernyataan diatas sampai pada pemahaman penulis bahwa tatakelola perusahaan adalah untuk menciptakan nilai tambah bagi semua pemangku kepentingan. Jika tatakelola perusahaan dalam kepemilikan manajerial dapat berjalan dengan baik, maka dapat meningkatkan keberhasilan dan akuntabilitas perusahaan, lalu kemungkinan untuk melakukan manajemen laba untuk kepentingan pribadi akan sangat kecil.

Boediono (2005) dalam Arry dan Nurzi (2013) menyatakan bahwa:

“Kepemilikan manajerial sangat menentukan terjadinya manajemen laba, karena kepemilikan seorang manajer akan ikut menentukan kebijakan dan pengabilan keputusan terhadap metode akuntansi yang diterapkan pada perusahaan mereka kelola. Secara umum dapat dikatakan bahwa persentase tertentu kepemilikan saham oleh pihak manajemen cenderung akan mempengaruhi tindakan manajemen laba”.

Riske Meitha dan P.Basuki (2013) menyatakan bahwa:

“Jika kepentingan manajer dan pemilik dapat disejajarkan, mereka tidak akan termotivasi untuk memanipulasi informasi atau melakukan manajemen laba sehingga kualitas informasi dan keinformastifan laba dapat meningkat”.

Menurut Starga, Vince dan Kamaliah (2014) bahwa:

“Dengan adaya kepemilikan saham yang dmiliki oleh manajer maka manajer akan bertindak selaras dengan kepentingan pemegang saham sehingga dapat memperkecil perilaku oportunis manajer”.

Pandangan aligment effect dalam Riske Meitha dan P.Basuki (2013) yang menyatakan bahwa penyatuan kepentingan antara manajer dan pemilik dapat dicapai dengan memberikan kepemilikan saham kepada manajer. Jika manajer memiliki saham di perusahaan, mereka akan memiliki kepentingan yang cenderung sama dengan pemegang saham lainnya. Manajer yang merangkap sebagai pemegang saham atau pemilik cenderung untuk tidak melakukan manajemen laba. Manajer yang berperang sebagai pemegang saham akan menghindari penyusunan laporan keuangan yang tidak benar karena mereka perperan pula sebagai investor dan pengawas perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, maka kerangka pemikiran ini dapat dilihat dalam gambar 2.1 sebagai berikut:

Manajemen Laba

(Sulistyanto, 2008)

Asimetri Informasi

(Jogiyanto, 2008)

*Leverage*

(Irham Farmi, 2012)

Ukuran Perusahaan

(husnan, 2007)

Kepemilikan Manajerial

(Boediono, 2005)

**Gambar 2.1**

**Skema Kerangka Pemikiran**

**2.3 Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan kerangka pemikiran diatas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh Asimetri Informasi Terhadap Manajemen Laba.,
2. Terdapat Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba.
3. Terdapat Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba.
4. Terdapat Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba.
5. Terdapat Pengaruh Asimetri Informasi, *Leverage*, Ukuran perusahaan, dan Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba.