

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Akuntansi

2.1.1.1 Pengertian Akuntansi

Menurut Walter T. Harisson dan Charles T. Horngren dalam Gina

Gania (2011:4) mengemukakan definisi akuntansi adalah sebagai berikut :

“Akuntansi merupakan suatu sistem informasi yang mengukur aktivitas bisnis, memproses data menjadi laporan, dan mengkomunikasikan hasilnya kepada pengambil keputusan yang akan membuat keputusan yang dapat mempengaruhi aktivitas bisnis”.

Definisi akuntansi seperti yang diberikan oleh Komite Terminologi dari *American Institute of Certified Public Accountants* dalam Riahi (2011:50) adalah sebagai berikut :

“Akuntansi adalah suatu seni pencatatan, pengklasifikasian, dan pengikhtisaran dalam cara yang signifikan dan satuan mata uang, transaksi-transaksi, dan kejadian-kejadian yang paling tidak sebagian diantaranya, memiliki sifat keuangan, dan selanjutnya menginterpretasikan hasilnya”.

Menurut Rudianto (2012:15) mengemukakan pengertian akuntansi adalah sebagai berikut :

“Akuntansi adalah system informasi yang menghasilkan informasi keuangan kepada pihak-pihak yang berkepentingan mengenai aktivitas ekonomi dan kondisi suatu perusahaan”.

Ruang lingkup akuntansi sebagaimana yang dijelaskan oleh definisi di atas tampak seperti terbatas, sebuah perspektif yang lebih luas dinyatakan dalam definisi yang menggambarkan akuntansi menurut Riahi (2011:50)

“Proses pengidentifikasian, pengukuran, dan pengkomunikasian informasi ekonomi sehingga memungkinkan adanya pertimbangan dan pengambilan keputusan berdasarkan informasi oleh para pengguna informasi tersebut”.

2.1.2 Laporan Keuangan

2.1.2.1 Pengertian Laporan Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2014:2) pengertian dari laporan keuangan adalah :

“suatu system yang menggambarkan kondisi keuangan perusahaan dan lebih jauh informasi tersebut dapat dijadikan sebagai gambaran kinerja keuangan perusahaan tersebut”.

Selain itu, menurut Farid dan Sirwanto (1998) dalam Irham Fahmi (2014:2) pengertian laporan keuangan adalah :

“informasi yang diharapkan mampu memberikan bantuan kepada pengguna untuk membuat keputusan ekonomi yang bersifat *financial*”.

Sedangkan menurut Munawir (2002) dalam Irham Fahmi (2014:2) pengertian laporan keuangan adalah :

“alat yang sangat penting untuk memperoleh informasi sehubungan dengan posisi keuangan dan hasil-hasil yang telah dicapai perusahaan bersangkutan”.

2.1.2.2 Tujuan Laporan Keuangan

Menurut Sofyan Syafri Harahap (2013:126) tujuan umum laporan keuangan adalah sebagai berikut :

1. “Memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber-sumber ekonomi dan kewajiban perusahaan dengan maksud :
 - a. Untuk menilai kekuatan dan kelemahan perusahaan,
 - b. Untuk menunjukkan posisi keuangan dan investasinya,
 - c. Untuk menilai kemampuannya untuk menyelesaikan utang-utangnya,
 - d. Menunjukkan kemampuan sumber-sumber kekayaannya yang ada untuk pertumbuhan perusahaan.
2. memberikan informasi yang terpercaya tentang sumber kekayaan bersih yang berasal dari kegiatan usaha dalam mencari laba dengan maksud :
 - a. memberikan gambaran tentang deviden yang diharapkan pemegang saham,
 - b. menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membiayai kewajiban kepada kreditor, supplier, pegawai, pajak, mengumpulkan dana untuk perluasan perusahaan,
 - c. memberikan informasi kepada manajemen untuk digunakan dalam pelaksanaan fungsi perencanaan dan pengawasan,
 - d. menunjukkan tingkat kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang.
3. menaksir informasi keuangan yang dapat digunakan untuk menaksir potensi perusahaan dalam menghasilkan laba
4. memberikan informasi yang diperlukan tentang perubahan harta dan kewajiban
5. mengungkapkan informasi yang relevan yang dibutuhkan para pemakai laporan”.

2.1.2.3 Karakteristik laporan Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2014:8) kondisi dan situasi yang tergambar pada laporan keuangan akan menjadi informasi keuangan, dan selanjutnya informasi tersebut akan dijadikan sebagai salah satu rujukan dalam pengambilan keputusan, harus disadari oleh pihak manajer keuangan khususnya akuntan pembuat laporan keuangan bahwa ada 4 (empat) karakteristik utama laporan keuangan yang harus dipenuhi. Menurut Irham Fahmi (2014:8) keempat karakteristik tersebut adalah :

“1. Dapat dipahami

Suatu informasi bermanfaat apabila dapat dipahami oleh para penggunanya. Para pengguna laporan keuangan adalah pihak-pihak yang berasal dari berbagai kalangan latar belakang pendidikan, profesi dan budaya yang berbeda-beda. Laporan keuangan harus disajikan dengan bahasa yang sederhana, singkat, formal dan mudah dipahami. Laporan keuangan sering diharuskan menggunakan istilah-istilah ilmu keuangan atau industry yang sulit dipahami oleh orang-orang awam. Penyajian informasi tersebut tetap harus dilakukan karena sangat relevan bagi sebagian pengguna laporan keuangan.

2. Relevan

Informasi yang ada pada laporan keuangan harus relevan dengan pengambilan keputusan. Agar relevan, informasi yang ada pada laporan keuangan harus memiliki nilai prediktif sehingga dapat digunakan dalam melakukan prediksi keuangan. Suatu informasi dikatakan relevan apabila disajikan dengan memperhatikan prinsip materialitas.

3. Dapat dipercaya

Informasi yang ada pada laporan keuangan akan sangat bermanfaat apabila disajikan dengan andal dan dapat dipercaya. Suatu laporan keuangan dapat dipercaya apabila disajikan secara jujur. Laporan keuangan juga harus disajikan dengan prinsip kehati-hatian dan lengkap.

4. Dapat dibandingkan

Informasi yang ada pada laporan keuangan harus memiliki sifat daya banding. Untuk mencapai kualitas tersebut, laporan keuangan harus disajikan secara komparatif dengan tahun-tahun sebelumnya. Laporan keuangan yang disajikan secara komparatif sangat bermanfaat karena dapat digunakan untuk melakukan prediksi keuangan. Agar memiliki daya banding, laporan keuangan juga harus menggunakan teknik-teknik da basis-basis pengukuran dengan konsisten”.

2.1.2.4 Jenis-Jenis Laporan Keuangan

Menurut Irham Fahmi (2014:3) pihak-pihak yang membutuhkan akan dapat memperoleh laporan keuangan tersebut akan membantunya dalam proses pengambilan keputusan sesuai yang diharapkan. Menurut Irham Fahmi (2014:3) sebuah laporan keuangan pada umumnya terdiri dari :

“1. Neraca

Neraca meringkaskan proses keuangan suatu perusahaan pada tanggal tertentu. Neraca menampilkan sumber daya ekonomis (asset), kewajiban ekonomis (hutang), dan modal saham.

2. Laporan Laba Rugi

Laporan laba rugi meringkas hasil dari kegiatan perusahaan selama periode tertentu. Laporan ini sering dipandang sebagai laporan akuntansi yang paling penting dalam laporan tahunan. Kegiatan perusahaan dalam periode tetrtentu mencakup aktivitas rutin atau operasional.

3. Laporan Perubahan Modal

Laporan perubahan modal merekonsiliasi saldo awal dan akhir semua akun yang ada dalam seksi ekuitas pemegang saham dalam neraca. Laporan perubahan modal menggambarkan jumlah modal yang dimiliki perusahaan saat ini, kemudian laporan ini juga menunjukkan perubahan modal serta sebab-sebab berubahnya modal.

4. Laporan Arus Kas

Laporan arus kas memberikan informasi tentang arus kas masuk dan keluar dari kegiatan operasi, pendanaan, dan investasi selama suatu periode tertentu.

5. Catatan Atas Laporan Keuangan

Catatan atas laporan keuangan memberikan informasi tentang penjelasan yang dianggap perlu atas laporan keuangan yang ada sehingga menjadi jelas sebab penyebabnya”.

2.1.3 Perencanaan pajak

2.1.3.1 Pengertian Perencanaan Pajak

Pengertian perencanaan pajak yang dikemukakan oleh Chairil Anwar (2013:18)

adalah sebagai berikut :

“perencanaan pajak adalah proses mengorganisasi usaha wajib pajak orang pribadi maupun badan usaha sedemikian rupa dengan memanfaatkan berbagai celah kemungkinan yang dapat ditempuh oleh perusahaan dalam koridor ketentuan peraturan perpajakan (*loopholes*), agar perusahaan dapat membayar pajak dalam jumlah minimum”.

Menurut Suandy (2011:16) pengertian perencanaan pajak adalah :

“langkah awal dalam manajemen pajak. Pada tahap ini dilakukan pengumpulan dan penelitian terhadap peraturan perpajakan agar dapat diseleksi jenis tindakan penghematan pajak yang akan dilakukan. Pada umumnya penekanan perencanaan pajak (*tax planning*) adalah untuk meminimumkan kewajiban pajak”.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan pajak adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk mengurangi beban pajak yang akan dibayarkan kepada pemerintah dengan tidak melanggar peraturan perpajakan.

2.1.3.2 Tujuan Perencanaan Pajak

Tujuan dari perencanaan pajak adalah merekayasa agar beban pajak (*tax burden*) dapat ditekan serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak (*after tax return*), karena

pajak merupakan unsur pengurang laba yang tersedia, baik untuk dibagikan kepada pemegang saham maupun untuk diinvestasikan kembali (Suandy, 2011:7).

Chairil Anwar (2013:21) mengemukakan bahwa secara umum tujuan pokok dari perencanaan pajak adalah sebagai berikut :

“1. Meminimalisasi beban pajak yang terutang

Tindakan yang harus diambil dalam rangka perencanaan pajak tersebut berupa usaha-usaha mengefisiensikan beban pajak yang masih dalam ruang lingkup perpajakan dan tidak melanggar peraturan perpajakan.

2. memaksimalkan laba setelah pajak
3. meminimalkan terjadinya kejutan pajak (*tax surprise*) jika terjadi pemeriksaan pajak oleh fiskus
4. memenuhi kewajiban perpajakannya secara benar, efisien dan efektif, sesuai dengan ketentuan perpajakan, yang antara lain meliputi :
 - a. mematuhi segala ketentuan administratif, sehingga terhindar dari pengenaan sanksi, baik sanksi administrative maupun pidana, seperti bunga, kenaikan denda, dan hokum kurungan atau penjara
 - b. melaksanakan secara efektif segala ketentuan undang-undang perpajakan yang terkait dengan pelaksanaan pemasaran, pembelian, dan fungsi keuangan, seperti pemotongan dan pemungutan pajak (PPh pasal 21, pasal 22, dan pasal 23)”.

2.1.3.3 Manfaat Perencanaan Pajak

Menurut Chairil Anwar Pohan (2015:20), beberapa manfaat yang biasa diperoleh dari perencanaan pajak yang dilakukan secara cermat :

- “1. Penghematan kas keluar, karena beban pajak yang merupakan unsur biaya dapat dilurangi.
2. Mengatur aliran kas masuk dan keluar (*cash flow*), karena dengan perencanaan pajak yang matang dapat diperkirakan kebutuhan kas untuk pajak, dan menentukan saat pembayaran sehingga perusahaan dapat menyusun anggaran kas secara lebih akurat”.

2.1.3.4 Strategi Perencanaan Pajak

Strategi perencanaan pajak menurut Chairil Anwar (2013:10) antara lain :

1. *Tax Saving*
Tax saving adalah upaya untuk mengefisienkan beban pajak melalui pemilihan alternatif pengenaan pajak dengan tariff yang lebih rendah.
2. *Tax Avoidance*
Tax avoidance adalah upaya mengefisienkan beban pajak dengan cara menghindari pengenaan pajak dengan mengarahkannya pada transaksi yang bukan objek pajak .
3. Penundaan/Penggeseran Pembayaran Pajak
Penundaan/penggeseran kewajiban pajak dapat dilakukan tanpa melanggar peraturan perpajakan yang berlaku.
4. Mengoptimalkan Kredit Pajak yang Diperkenankan
Wajib pajak seringkali kurang mendapat informasi mengenai pembayaran yang dapat dikreditkan. Sebagai contoh : PPh pasal 22 atas pembelian solar dari pertamina yang bersifat final jika pembeliannya perusahaan yang bergerak di bidang penyaluran migas.
5. Menghindari Pemeriksaan Pajak dengan Cara Menghindari Lebih Bayar
Menghindari pemeriksaan pajak dapat dilakukan dengan mengajukan pengurangan pembayaran angsuran PPh pasal 25 ke KPP yang bersangkutan, apabila berdasarkan estimasi dalam tahunan pajak yang bersangkutan akan terjadi kelebihan pembayaran pajak. Selain itu dapat juga mengajukan permohonan pembebasan PPh pasal 22 impor apabila perusahaan melakukan impor.
6. Menghindari Pelanggaran Terhadap Peraturan Perpajakan
Menghindari pelanggaran terhadap peraturan perpajakan dapat dilakukan dengan cara menguasai peraturan perpajakan”.

2.1.3.5 Persyaratan *Tax Planning* Yang Baik

Menurut Chairil Anwar Pohan (2015:21), *tax planning* yang baik mensyaratkan beberapa hal :

- “1. Tidak melanggar ketentuan perpajakan.

Jadi rekayasa perpajakan yang didesain dan diimplementasikan bukan merupakan *tax evasion*.

2. Secara bisnis masuk akal.

Kewajaran melakukan transaksi bisnis harus berpegang kepada praktik perdagangan yang sehat dan menggunakan *standard arms length price* atau harga pasar yang wajar, yakni tingkat harga antara pembeli dan penjual yang independen, bebas melakukan transaksi.

3. Didukung oleh bukti-bukti pendukung yang memadai (misalnya kontrak, invoice, faktur pajak, PO, dan DO)

Kebenaran formal dan materil suatu transaksi keuangan perusahaan dapat dibuktikan dengan adanya kontrak perjanjian dengan pihak ketiga atau *purchase order* (PO) dari pelanggan, bukti penyerahan barang/jasa (*delivery order*), invoice, faktur pajak sebagai bukti penagihan serta pembukuannya (*general ledger*)”.

2.1.3.6 Penghitungan Perencanaan Pajak

Isentif pajak diprosikan dengan perencanaan pajak. Berdasarkan penelitian Yana Ulfah (2013), perencanaan pajak pada penelitian ini dihitung dengan menggunakan rumus berikut:

$$TAX\ PLAN = \sum_{2014}^{2010} \left(\frac{TP2014 \cdot PTI - CTE/5}{TA2014} \right)$$

Keterangan	:
<i>TAX PLAN</i>	: Perencanaan Pajak
<i>PTI</i>	: <i>Pre-tax income</i> (pendapatan sebelum kena pajak)
<i>CTE</i>	: <i>Current portion of total tax expance</i> (beban pajak kini)
<i>TP</i>	: Tarif pajak (25%)
<i>TA</i>	: Total asset

Keterangan menurut Yana Ulfah (2013) mengenai perhitungan diatas, sebagai berikut :

1. *Pre-tax income* (PTI) merupakan pendapatan perusahaan sebelum kena pajak yaitu gross profit sama dengan pendapatan perusahaan dikurangi dengan jumlah beban-beban perusahaan.

2. *Current portion of total tax expanance* (CTE) atau beban pajak kini yang merupakan beban pajak yang harus dibayar oleh Wajib Pajak, jumlah pajak ini harus dihitung sendiri oleh wajib pajak berdasarkan penghasilan kena pajak dikalikan dengan tariff pajak, kemudian dibayar sendiri dan dilaporkan dalam Surat Pemberitahuan (SPT) sesuai dengan peraturan perundang-undangan pajak yang berlaku. Penghasilan kena pajak atau laba fiscal diperoleh dari hasil koreksi fiskal terhadap laba bersih sebelum pajak berdasarakan laporan keuangan komersial (laporan akuntansi).
3. Tarif pajak (TP) yang merupakan dasar pengenaan pajak terhadap objek pajak yang menjadi tanggungannya. Tariff pajak biasanya berupa persentase (%). Dasar Pengenaan Pajak adalah Nilai berupa uang yang dijadikan dasar untuk menghitung pajak yang terutang. Digunakannya tarif presentase 25%, dikarenakan tarif PPH Badan untuk Tahun Pajak 2014 berdasarkan pasal 17 dan pasal 31E UU No. 36 Tahun 2008 Tentang Pajak Penghasilan adalah sebesar 25% dari Penghasilan Kena Pajak.
4. Total asset (TA) yang merupakan jumlah seluruh kekayaan atau asset yang dimiliki perusahaan.

2.1.4 Kepemilikan Manajerial

Salah satu mekanisme yang digunakan untuk menurunkan konflik yang disebabkan oleh pemisahan kepemilikan dan kontrol diantara kedua belah pihak adalah dengan menawarkan manajemen untuk berpartisipasi dalam program opsi saham yang dikenal sebagai kompensasi berbasis saham. Pemberian kompensasi ini untuk manajer akan mengakibatkan peningkatan kepemilikan manajerial (Premanichnukul dan Kritaya, 2012).

Secara teoritis, pihak manajemen yang memiliki persentase yang tinggi dalam kepemilikan saham akan bertindak layaknya seseorang yang memegang kepentingan dalam perusahaan. Asumsi ini sejalan dengan teori berbasis kontrak yang menunjukkan bahwa manajemen akan efisien dalam memilih metode akuntansi yang akan memberikan nilai tambah bagi perusahaan (Christie dan Zimmerman, 1994).

Dengan meningkatkan kepemilikan saham oleh manajer, diharapkan manajer akan bertindak sesuai dengan keinginan prinsipal karena manajer akan termotivasi untuk meningkatkan kerja. Sedangkan kepemilikan oleh institusional dinilai dapat mengurangi praktek manajemen laba karena manajemen menganggap institusional sebagai *sophisticated investor* dapat memonitor manajemen yang dampaknya akan mengurangi motivasi manajer untuk melakukan manajemen laba (Pranata dan Mas'ud, 2003).

2.1.4.1 Definisi Kepemilikan Manajerial

Abdul Halim (2007) menjelaskan mengenai kepemilikan di dalam perusahaan sebagai berikut:

“Kepemilikan di dalam perusahaan dibuktikan dengan lembar saham biasa. Setiap lembar saham menyatakan pemilikinya memiliki $1/n$ dari saham perusahaan, dimana “n” menunjukkan jumlah lembar saham yang dikeluarkan. Untuk tujuan manajemen keuangan, kekayaan pemegang saham dinyatakan dengan harga pasar per lembar saham dari perusahaan yang bersangkutan”.

Wulandari (2011:26) kepemilikan saham manajerial adalah: ... kepemilikan saham oleh manajemen akan mengurangi *agency problem* diantara manajer dan pemegang saham, yang dapat dicapai melalui penyelarasan kepentingan diantara pihak-pihak yang berbenturan kepentingan. Disisi yang lain, manajer yang memiliki saham perusahaan dalam porsi yang besar memiliki lebih banyak insentif untuk mengutamakan kepentingan sendiri daripada kepentingan semua pemegang saham.

Jensen dan Meckling dalam Kawatu (2009:408), menjelaskan kepemilikan manajerial, sebagai berikut:

“kepemilikan manajerial merupakan saham perusahaan yang dimiliki oleh manajemen perusahaan. Kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan antara pemegang saham luar dengan manajemen, sehingga permasalahan keagenan diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer adalah seorang pemilik juga. Proporsi kepemilikan saham yang dikontrol oleh manajer dapat mempengaruhi kebijakan perusahaan. Kepemilikan manajerial akan mensejajarkan kepentingan manajemen dengan pemegang saham, sehingga akan memperoleh manfaat langsung dari keputusan yang diambil serta menanggung kerugian sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah”.

Menurut Downes dan Goodman (1999) dalam Agustiani (2013), pengertian kepemilikan manajerial adalah: ...para manager saham yang juga

berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan.

Jensen dan Meckling (1976) dalam Diyah dan Erman (2009) pengertian kepemilikan manajemen adalah: ...persentase kepemilikan saham oleh direksi, manajemen, komisaris maupun setiap pihak yang terlibat secara langsung dalam pembuatan keputusan perusahaan.

Dari definisi kepemilikan manajerial di atas dapat disimpulkan bahwa kepemilikan manajerial merupakan proporsi saham yang dimiliki manajer yang dinyatakan dalam persen (%) sehingga manajer sekaligus bertindak sebagai pemegang saham.

2.1.4.2 Pengukuran Kepemilikan Manajerial

Pengukuran kepemilikan manajerial menurut Jensen dan Meckling dalam Kawatu (2009:408) yaitu:

$$\frac{\Sigma \text{saham yang dimiliki manajer dan dewan komisaris}}{\Sigma \text{seluruh saham perusahaan}} \times 100\%$$

Secara umum dapat dikatakan bahwa persentase tertentu kepemilikan saham oleh pihak manajemen cenderung mempengaruhi tindakan manajemen laba. Laba yang kurang berkualitas bisa terjadi karena dalam menjalankan bisnis perusahaan, manajemen bukan merupakan pemilik perusahaan. Pemisahan kepemilikan ini akandapat menimbulkan konflik dalam pengendalian dan pelaksanaan pengelolaan perusahaan yang menyebabkan para manajer bertindak tidak sesuai dengan keinginan para pemilik. Konflik yang terjadi akibat pemisahan kepemilikan ini disebut dengan konflik keagenan.

2.1.5 Ukuran perusahaan

2.1.5.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham & Houston (2010:4) menyatakan ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya sebuah perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total asset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain”.

Menurut Torang (2012:93) mendefinisikan ukuran perusahaan, yaitu:

“Ukuran organisasi adalah menentukan besarnya jumlah anggota yang berhubungan dengan pemilihan cara pengendalian kegiatan dalam usaha mencapai tujuan”.

Riyanto (2008:313) menyatakan ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva”.

Sedangkan menurut Scott (1981:235) dalam Torang (2012:93) ukuran perusahaan adalah:

”Ukuran organisasi merupakan suatu variable konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi”.

Berdasarkan definisi di atas, menunjukkan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala besar kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau aktiva dan berperan sebagai suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk yang dihasilkan oleh organisasi.

2.1.5.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan kedalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut

UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar sebagai berikut:

“Didalam Undang-undang ini yang dimaksud dengan:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah usaha produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar adalah usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik Negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia”.

Kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No. 20 Tahun 2008

adalah sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (Tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300 juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	2,5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	>50 M

Kriteria di atas menunjukkan bahwa perusahaan besar memiliki asset (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) lebih dari sepuluh miliar rupiah dengan penjualan tahunan lebih dari lima puluh miliar rupiah.

2.1.5.3 Jenis-Jenis Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Julia Halim, Carmel Meiden dan Rodulf Lumbang Tobing (2005) dalam Jatnika (2013:40) bahwa ukuran perusahaan diukur dari *market capitalization* yaitu jumlah lembar saham beredar akhir tahun dikalikan dengan harga saham penutupan akhir bulan kemudian hasilnya di-log agr nilai tidak terlalu besar untuk masuk ke modal perusahaan.

Menurut Restuwulan (2013:33) ukuran perusahaan bisa dipakai untuk menetikan tingkat perusahaan adalah:

1. “Tenaga Kerja
Merupakan jumlah pegawai tetap dan kontraktor yang terdaftar atau bekerja di perusahaan pada suatu saat tertentu.
2. Tingkat Penjualan
Merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu misalnya satu tahun.
3. Total Utang Ditambah Dengan Nilai Pasar Saham Biasa
Merupakan Jumlah utang dan nilai pasar saham biasa perusahaan pada satu atau suatu tanggal tertentu.
4. Total Aset
Merupakan keseluruhan asset yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu”.

Harahap (2007:23) menyatakan pengukuran ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (\ln) dari rata-rata total aktiva (total asset) perusahaan. Penggunaan total aktiva berdasarkan pertimbangan bahwa total aktiva mencerminkan ukuran perusahaan dan diduga mempengaruhi ketepatan waktu”.

Sedangkan menurut (Morrison dan Siegel 2006) dalam Yuliana, Purnomosidhi dan Sukoharsono (2008) pengukuran ukuran perusahaan dengan menggunakan proksi jumlah tenaga kerja dan total asset juga memperhatikan tingkat produktifitas dan skala ekonomi perusahaan.

Untuk melakukan pengukuran terhadap ukuran perusahaan Prasetyantoko (2008:257) mengemukakan bahwa:

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

Selanjutnya, Yogyanto (2007:282) menyatakan bahwa :

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

$$Size = \text{Log Total Aktiva}$$

Yogyanto (2007: 282)

Sementara itu, untuk menghitung nilai total *asset* Asnawi (2005:274) mengemukakan bahwa:

“Nilai total *asset* biasanya bernilai sangat besar dibandingkan dengan variabel keuangan lainnya, untuk itu variabel *asset* diperhalus menjadi log *asset* atau *in asset*”.

$$Size = \text{Log Total Asset}$$

Asnawi (2005:274)

2.1.6 Manajemen Laba

2.1.6.1 Pengertian Manajemen Laba

Laba yang dihasilkan perusahaan merupakan salah satu ukuran kinerja yang sering digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan. Informasi tentang laba sebagaimana dinyatakan dalam Statement Of Financial Accounting Concept (SFAC) nomor 2 merupakan unsur utama dalam laporan keuangan dan berperan

penting bagi pihak-pihak yang menggunakannya karena memiliki nilai prediktif. Hal inilah yang membuat pihak manajemen berusaha untuk melakukan tindakan manajemen laba agar kinerja perusahaan tampak baik oleh pihak eksternal.

Definisi manajemen laba menurut *National Association of Fraud Examiners* dalam Sulistyanto (2008:49) adalah sebagai berikut :

“Manajemen Laba adalah kesalahan atau kelalaian yang disengaja dalam membuat laporan mengenai fakta material atau data akuntansi sehingga menyesatkan ketika semua informasi itu dipakai untuk membuat pertimbangan yang akhirnya akan menyebabkan orang yang membacanya akan mengganti atau mengubah pendapat atau keputusannya”.

Menurut Sulistyanto (2008:6), Manajemen laba didefinisikan sebagai berikut:

“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 Charles W. Mulford dan Eugene E. Comiskey yang dialih bahasakan oleh Aurolla Saparini Harahap (2010:81) manajemen laba didefinisikan sebagai berikut:

“Manajemen Laba adalah upaya untuk memanipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya “.

Ilham Fahmi (2013:279) manajemen laba didefinisikan sebagai berikut :

“*Earnings managemen* (manajemen laba) adalah suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (*company management*). Tindakan

earnings management sebenarnya didasarkan oleh berbagai tujuan dan maksud-maksud yang terkandung didalamnya”.

Belkoui dalam Achmad Daengs (2014:201) menyatakan :

“*Earnings management* adalah suatu kemampuan untuk memanipulasi pilihan-pilihan yang tersedia dan mengambil pilihan yang tepat untuk dapat mencapai tingkat laba yang diharapkan. Hal ini adalah salah satu contoh yang mencolok dari akuntansi yang dirancang”.

Berdasarkan beberapa pengertian dari para ahli sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa manajemen laba dilakukan secara sengaja, dalam batasan untuk mengarah pada suatu tingkat laba yang diinginkan. Tindakan ini merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan (mengurangi) laba yang dilaporkan saat ini atas unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan (penurunan) profitabilitas ekonomis jangka panjang unit tersebut.

2.1.6.2 Motivasi Manajemen Laba

Menurut Sulistyanto (2008:63), beberapa motivasi dalam manajemen laba diantaranya sebagai berikut :

1. " Bonus Scheme Hypothesis

Kompensasi (Bonus) yang didasarkan pada besarnya laba yang dilaporkan akan memotivasi manajemen untuk memilih prosedur akuntansi yang meningkatkan keuntungan yang dilaporkan demi memaksimalkan bonus mereka. Bonus minimal hanya akan dibagikan jika laba mencapai target laba minimal tertentu dan bonus maksimal dibagikan jika laba mencapai nilai tertentu atau lebih besar.

2. Contracting Incentive

Motivasi ini muncul ketika perusahaan melakukan pinjaman hutang yang berisikan perjanjian untuk melindungi kreditur dari aksi manajer yang tidak sesuai dengan kepentingan kreditur, seperti deviden yang berlebihan, pinjaman tambahan, atau membiarkan modal kerja, atau

laporan ekuitas berada dibawah tingkat yang ditetapkan, yang semuanya dapat meningkatkan risiko bagi kreditor, Karena pelanggaran perjanjian dapat mengakibatkan biaya yang tinggi sehingga manajer perusahaan berharap untuk menghindarinya. Jadi manajemen laba dapat muncul sebagai alat untuk mengurangi kemungkinan pelanggaran perjanjian dalam kontrak hutang.

3. *Political Motivation*

Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

4. *Taxation Motivation.*

Perpajakan merupakan motivasi perpajakan merupakan motivasi yang paling jelas untuk melakukan manajemen laba. Manajemen berusaha untuk mengatur labanya agar pembayaran pajak lebih rendah dari yang seharusnya sehingga didapat penghematan pajak.

5. *Incentive Chief Executive Officer (CEO).*

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

6. *Initial Public Offering (IPO)*

Perusahaan yang akan go publik belum memiliki nilai pasar, dan menyebabkan manajer perusahaan yang akan go publik melakukan manajemen laba dalam *prospectus* mereka dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan”.

2.1.6.3 Teknik Manajemen Laba

Menurut Sulistyanto (2008:33-36), ada beberapa cara yang dipakai perusahaan untuk mempermainkan besar kecilnya laba yaitu :

1. “mengakui dan mencatat pendapatan lebih cepat satu periode atau lebih, upaya ini dilakukan manajer dengan mengakui dan mencatat pendapatan yang secara pasti belum dapat ditentukan kapan dapat terealisasi sebagai pendapatan periode berjalan (*current revenue*). Hal ini mengakibatkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih besar dari pada laba sesungguhnya.

2. Mengakui pendapatan lebih lambat satu periode atau lebih, upaya ini dilakukan mengakui pendapatan periode berjalan menjadi pendapatan periode sebelumnya. Pendapatan periode berjalan menjadi lebih kecil daripada periode pendapatan sesungguhnya. Semakin kecil pendapatan akan membuat laba periode berjalan juga akan menjadi semakin kecil daripada periode sesungguhnya. Akibatnya, kinerja perusahaan untuk periode berjalan seolah-olah lebih buruk atau lebih kecil bila dibandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan investor untuk menjual sahamnya (*management layout*), mengecilkan pajak yang harus dibayar kepada pemerintah, dan menghindari kewajiban pembayaran hutang.
3. Mencatat pendapatan palsu, upaya ini dilakukan manajer dengan mencatat pendapatan dari suatu transaksi yang sebenarnya tidak pernah terjadi sehingga pendapatan ini juga tidak akan pernah terealisasi sampai kapanpun. Meningkatnya pendapatan ini membuat laba periode berjalan juga menjadi lebih besar dari laba sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi *investor* agar membeli sahamnya, menaikkan posisi perusahaan ke level yang lebih baik.
4. Mengakui dan mencatat biaya lebih cepat, upaya ini dapat dilakukan manajer mengakui dan mencatat biaya periode-periode yang akan datang sebagai biaya periode berjalan (*current lost*). Upaya semacam ini membuat biaya periode berjalan menjadi lebih besar dari yang sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi *investor* untuk menjual sahamnya (*management buyout*), mengecilkan pajak yang harus dibayar kepada pemerintah, dan menghindari kewajiban pembayaran hutang.
5. Mengakui dan mencatat biaya lebih lambat, upaya ini dapat dilakukan dengan mengakui biaya periode berjalan menjadi biaya periode sebelumnya. Hingga biaya periode berjalan menjadi lebih kecil dari yang sesungguhnya. Upaya ini dilakukan untuk mempengaruhi *investor* untuk membeli sahamnya, menaikkan posisi perusahaan ke level yang lebih baik.
6. Tidak mengungkapkan semua kewajiban, upaya ini dapat dilakukan perusahaan dengan menyembunyikan seluruh atau sebagian kewajibannya sehingga kewajiban periode berjalan menjadi lebih kecil daripada kewajiban sesungguhnya. Upaya ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi *investor* agar mau membeli saham yang ditawarkannya, menghindari kebijakan multi papan, dan sebagainya”.

2.1.6.4 Model-model Manajemen Laba

Ada beberapa bentuk manajemen laba menurut Sulistyanto (2008:117), adalah sebagai berikut:

1. *“Taking a bath*

Dalam bentuk jika manajemen harus melaporkan kerugian, maka manajemen akan melaporkan dalam jumlah besar. Dengan tindakan ini manajemen berharap dapat meningkatkan laba yang akan datang dan kesalahan kerugian piutang perusahaan dapat dilimpahkan ke manajemen lama, jika terjadi pergantian manajer.

2. *Income minimization* (menurunkan laba)

Upaya perusahaan mengatur agar laba periode berjalan menjadi lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih rendah daripada pendapatan sesungguhnya dan atau biaya periode berjalan menjadi lebih besar daripada biaya sesungguhnya.

3. *Income maximization* (meningkatkan laba)

Dilakukan pada saat laba menurun dengan cara memindahkan beban ke masa mendatang. Tindakan atas *income maximization* bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Pola ini dilakukan oleh perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang.

4. *Income smoothing*

Dilakukan perusahaan dengan cara meratakan laba yang dilaporkan sehingga dapat mengurangi fluktuasi laba yang terlalu besar karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

2.1.6.5 Faktor Penyebab Perusahaan Melakukan Manajemen Laba

Secara akuntansi ada beberapa faktor yang menyebabkan suatu perusahaan berani melakukan *earnings management*. Menurut Ilham Fahmi (2013:279) ada beberapa faktor yang menyebabkan suatu perusahaan berani melakukan *earnings management* (manajemen laba) yaitu:

1. “Standar akuntansi keuangan (SAK) memberikan fleksibilitas kepada manajemen untuk memilih prosedur dan metode akuntansi untuk mencatat suatu fakta tertentu dengan cara yang berbeda, seperti mempergunakan metode LIFO dan FIFO dalam menetapkan harga pokok persediaan, metode depresiasi aktiva tetap dan sebagainya.
2. SAK memberikan fleksibilitas kepada pihak manajemen dapat menggunakan judgement dalam menyusun estimasi.
3. Pihak manajemen perusahaan berkesempatan untuk merekayasa transaksi dengan cara menggeser pengukuran biaya dan pendapatan”.

Faktor lain timbulnya manajemen laba adalah hubungan yang bersifat asimetris informasi yang pada awalnya didasarkan karena *conflict of interest* antara *agent* dan *parsial*. *Agent* adalah manajemen perusahaan (internal) dan *parsial* adalah komisaris perusahaan (eksternal). Pihak parsial disini adalah tidak hanya komisaris perusahaan tetapi juga termasuk kreditur, pemerintah dan lainnya.

2.1.6.6 Metode Pendeteksian Manajemen Laba

Menurut Sulistiyanto (2008:211) secara umum ada tiga pendekatan yang telah dihasilkan para peneliti untuk mendeteksi manajemen laba yaitu:

- a. “Model berbasis *aggregate accruals* yaitu model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan *discretionar accruals* sebagai proksi manajemen laba. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Healy, DeAngelo, dan Jones. Selanjutnya Dechow, Sloan dan Sweeney mengembangkan model Jones menjadi model Jones yang di modifikasi (*modified Jones model*). Model-model ini menggunakan total akrual dan model regresi untuk menghitung akrual yang diharapkan.
- b. Model berbasis *Spesific Accruals* yaitu 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 industri tertentu, misalnya piutang tak tertagih dari sektor industri tertentu atau cadangan kerugian piutang dari industri asuransi. Model ini dikembangkan oleh

McNicholos dan Wilson, Pettroni, Beaver dan Engel, Beaver dan Mcnichols.

- c. Model berbasis *Distribution of Earnings After Management* dikembangkan oleh Burgtähler dan Dichev, Degeorge, Patel dan Zeckhauser serta Myers dan Skinner. Pendekatan ini dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap komponen-komponen laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba. Model ini terfokus pada pergerakan laba disekitar *benchmark* yang dipakai”.

Perusahaan selalu melakukan manajemen laba dalam mencatat dan menyusun informasi keuangannya. Nilai nol menunjukkan manajemen laba dilakukan dengan pola perataan laba (*income smoothing*), sedangkan nilai positif menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan dengan pola kenaikan laba (*income increasing*), dan nilai negatif menunjukkan manajemen laba dengan pola penurunan laba (*income decreasing*).

Metode pendeteksian manajemen laba yang digunakan dalam penelitian ini adalah Model Jones dimodifikasi (*Modified Jones Model*), yang merupakan modifikasi dari Model Jones yang didesain untuk mengeliminasi kecenderungan untuk menentukan *discretionary accruals* ketika *discretion* melebihi pendapatan. Model ini banyak digunakan dalam penelitian akuntansi karena dinilai merupakan model yang paling baik dalam mendeteksi manajemen laba dan memberikan hasil yang paling *robust* (Sulistyanto, 2008:229).

Langkah-langkah yang harus dilakukan untuk mengidentifikasi manajemen laba (Sulistyanto, 2008:229) adalah:

Langkah I: menghitung nilai total akrual (TA) yang merupakan selisih dari pendapatan bersih (*net income*) dengan arus kas operasi untuk setiap perusahaan dan setiap tahun pengamatan.

$$TA_{it} = N_{it} - CFO_{it}$$

Notasi: TA_{it} = Total Akruar
 N_{it} = *Net Income*
 CFO_{it} = *Cash Flows from Operation*

Langkah II: Nilai total akruar (TA) yang diestimasi dengan persamaan regresi *Ordinary Least Square* (OLS).

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

Notasi: TA_{it} = Total akruar perusahaan i pada periode t
 A_{it-1} = Total aktiva perusahaan i pada periode t -1
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = *Slope* untuk perusahaan i pada periode t
 ΔRev_t = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode t
 PPE_t = Aktiva tetap perusahaan pada periode t
 ε = *Error Terms*

Langkah III: Dengan menggunakan koefisien regresi diatas nilai *non discretionary accruals* (NDA).

$$NDA_{it} = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_t - \Delta REC_t}{A_{it-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_t}{A_{it-1}} \right)$$

Notasi: NDA_{it} = *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode t
 $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = *Slope* untuk perusahaan i pada periode t
 A_{it-1} = Total aktiva perusahaan i pada periode t -1
 ΔRev_t = Perubahan pendapatan perusahaan i pada periode t
 ΔRec_t = Perubahan piutang perusahaan i pada periode t
 PPE_t = Aktiva tetap perusahaan pada periode t

Langkah IV: Dengan *discretionary accruals* (DA).

$$DTA_{it} = TA_{it}/A_{it-1} - NDA_{it}$$

Notasi: DTA_{it} = *Discretionary Total Accruals* perusahaan i pada periode t
 TA_{it} = Total akrual perusahaan i pada periode t
 A_{it-1} = Total aktiva perusahaan i pada periode t -1
 NDA_{it} = *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode t

Menurut Friedlan Arifa (2002) dalam Muid (2005) rumus untuk mengetahui manajemen laba, yaitu:

$$TAC_{pt} = NOI_{pt} - CFFO_{pt}$$

$$DAC_{pt} = (TA_{pt} / Sales_{pt}) - (TAC_{pd} / Sales_{pd})$$

Keterangan : DAC_{pt} = *disrectionary accrual* periode tes
 TA_{pt} = total *accruals* pada periode tes
 $SALES_{pt}$ = penjualan pada periode tes
 TAP_{d} = total *accruals* pada periode dasar
 $SALES_{pd}$ = penjualan pada periode dasar

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

2.1.7 Tinjauan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Yana Ulfa (2013)	Pengaruh Beban Pajak Tanggungan dan Perencanaan Pajak terhadap Praktik Manajemen Laba	Beban pajak tanggungan berpengaruh positif artinya setiap kenaikan beban pajak tanggungan, maka probabilitas perusahaan melakukan manajemen laba akan mengalami peningkatan	Sama-sama menguji variabel perencanaan pajak agar terlihat ada tidaknya pengaruh terhadap manajemen laba.	Variabel yang ditelitinya hanya beban pajak tanggungan dan perencanaan pajak saja. Sedangkan dalam penelitian saya, saya tidak hanya meneliti perencanaan pajak.
2	Ferry Aditama Anna Purwanin gsih (2013)	Pengaruh perencanaan pajak terhadap manajemen laba	Perencanaan pajak ternyata tidak berpengaruh positif terhadap manajemen Laba pada perusahaan nonmanufaktur yang terdaftar di BEI.	Sama-sama meneliti perencanaan pajak terhadap manajemen laba	Variabel yang di teliti hanya perencanaan pajak terhadap manajemen laba

3	Dewa Ketut Wira Santana dan Made Gede Wirakusuma (2016)	Pengaruh perencanaan pajak, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba (studi perusahaan manufaktur yang terdaftar di bursa efek Indonesia periode 2008-2010).	perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap praktek manajemen laba, sedangkan kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan menunjukkan hasil tidak berpengaruh.	Sama-sama menguji variabel perencanaan pajak, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba	Saya meneliti pada perusahaan <i>food and beverage</i> periode 2011-2015
---	---	--	--	--	--

2.2 Kerangka Pemikiran

Informasi yang terdapat dalam laporan keuangan sering direkayasa oleh pihak manajemen untuk mengoptimalkan keuntungan perusahaan dan juga untuk kepentingan dirinya sendiri atau dikenal dengan manajemen laba. Terdapat beberapa metode yang digunakan untuk menguji manajemen laba dan biasanya manajemen laba sering sekali dikaitkan dengan perencanaan pajak, kepemilikan manajerial dan ukuran perusahaan. Perusahaan melakukan perencanaan pajak seefektif mungkin, bukan hanya untuk memperoleh keuntungan dari segi fiskal saja, tetapi sebenarnya

perusahaan juga memperoleh keuntungan dalam memperoleh tambahan modal dari pihak investor melalui penjualan saham perusahaan.

Oleh karena itu, pajak yang merupakan unsur pengurang laba yang tersedia untuk dibagi kepada investor atau diinvestasikan oleh perusahaan, akan diusahakan oleh manajemen untuk diminimalkan guna mengoptimalkan jumlah dari laba bersih perusahaan. . Kepemilikan manajerial merupakan kepemilikan saham oleh pihak manajemen perusahaan, manajemen laba sangat ditentukan oleh motivasi manajer perusahaan. Dengan adanya kepemilikan saham yang dimiliki oleh manajer maka manajer akan bertindak selaras dengan kepentingan pemegang saham sehingga dapat memperkecil perilaku oportunistik manajer. Dalam kepemilikan saham yang rendah, maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat.

Manajer memiliki berbagai alasan untuk melaporkan laba yang lebih rendah. Salah satu di antaranya adalah mengurangi *political cost*. Ukuran perusahaan (*firm size*) digunakan sebagai proksi dari *political cost*. Perusahaan dengan ukuran yang besar sensitif dengan biaya politik yaitu pajak sehingga mereka cenderung mengurangi laba bersih laporan keuangannya. Pengurangan laba bersih ini dapat dilakukan dengan cukup mudah oleh perusahaan dikarenakan perusahaan yang berukuran besar memiliki sumber daya yang memadai untuk memanipulasi proses politik.

2.2.1 Pengaruh Perencanaan Pajak Terhadap Manajemen Laba

Menurut teori akuntansi positif Perilaku manajemen laba dapat dijelaskan melalui hipotesis ketiga yakni *The Political Cost Hypothesis* (Scott, 2003).

“Dikatakan bahwa perusahaan yang berhadapan dengan biaya politik, cenderung melakukan praktik manajemen laba. Perusahaan akan melakukan perencanaan pajak seefektif mungkin, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dari segi fiskal dan juga untuk memperoleh keuntungan dalam memperoleh tambahan modal dari pihak investor melalui penjualan saham perusahaan. Status perusahaan yang sudah go public umumnya cenderung high profile daripada perusahaan yang belum go public. Sehingga untuk meningkatkan nilai saham perusahaan, maka manajemen termotivasi untuk memberikan informasi kinerja perusahaan yang sebaik mungkin. Oleh karena itu, pajak yang merupakan unsur pengurang laba yang tersedia untuk dibagi kepada investor atau diinvestasikan oleh perusahaan, akan diusahakan oleh manajemen untuk diminimalkan untuk mengoptimalkan jumlah dari laba bersih perusahaan”.

Menurut Suandy (2011:7) menjelaskan bahwa:

“Tujuan perencanaan pajak adalah merekayasa agar beban pajak (*tax burden*) dapat ditekan serendah mungkin dengan memanfaatkan peraturan yang ada tetapi berbeda dengan tujuan pembuatan Undang-Undang, maka perencanaan pajak di sini sama dengan tax avoidance karena secara hakikat ekonomis keduanya berusaha untuk memaksimalkan penghasilan setelah pajak (*after tax return*) karena pajak merupakan unsur pengurang laba yang tersedia, baik untuk dibagikan kepada pemegang saham maupun untuk diinvestasikan kembali”.

Penelitian yang dilakukan oleh Yana Ulfa (2013) menunjukkan bahwa perencanaan pajak berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.2.2 Pengaruh Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba

Dari sudut pandang teori akuntansi, manajemen laba sangat ditentukan oleh motivasi manajer perusahaan. Motivasi yang berbeda akan menghasilkan besaran manajemen laba yang berbeda, seperti antara manajer yang juga sekaligus

sebagai pemegang saham dan manajer yang tidak sebagai pemegang saham. Hal ini sesuai dengan sistem pengelolaan perusahaan dalam dua kriteria: (1) Perusahaan dipimpin oleh manajer dan pemilik (*owner-manager*) dan (2) Perusahaan yang dipimpin oleh manajer dan bukan pemilik (*non ownersmanager*). Dua kriteria ini akan mempengaruhi manajemen laba., sebab kepemilikan seorang manajer akan ikut menentukan kebijakan dan pengambilan keputusan terhadap metode akuntansi yang diterapkan pada perusahaan yang mereka kelola (Boediono,2005).

Teori keagenan (*agency theory*) memunculkan argumentasi terhadap adanya konflik antara pemilik yaitu pemegang saham dengan para manajer. Konflik tersebut muncul sebagai akibat perbedaan kepentingan di antara kedua belah pihak. Jensen dan Meckling (1967) dalam Laila (2011), menyatakan bahwa: ...kepemilikan saham yang besar dari segi nilai ekonomisnya memiliki insentif untuk memonitor.

Banyak hal yang memotivasi manajer untuk melakukan manajemen laba. Menurut Scott (2000) dalam Nugraha (2010), salah satu motivasi terjadinya manajemen laba yaitu bonus *purpose*, manajer termotivasi mengelola laba untuk mencapai target kinerja dan kompensasi bonus dengan bertindak secara oportunistik.

Ross et al (1999) dalam Restu Agusti (2009), menyatakan bahwa:

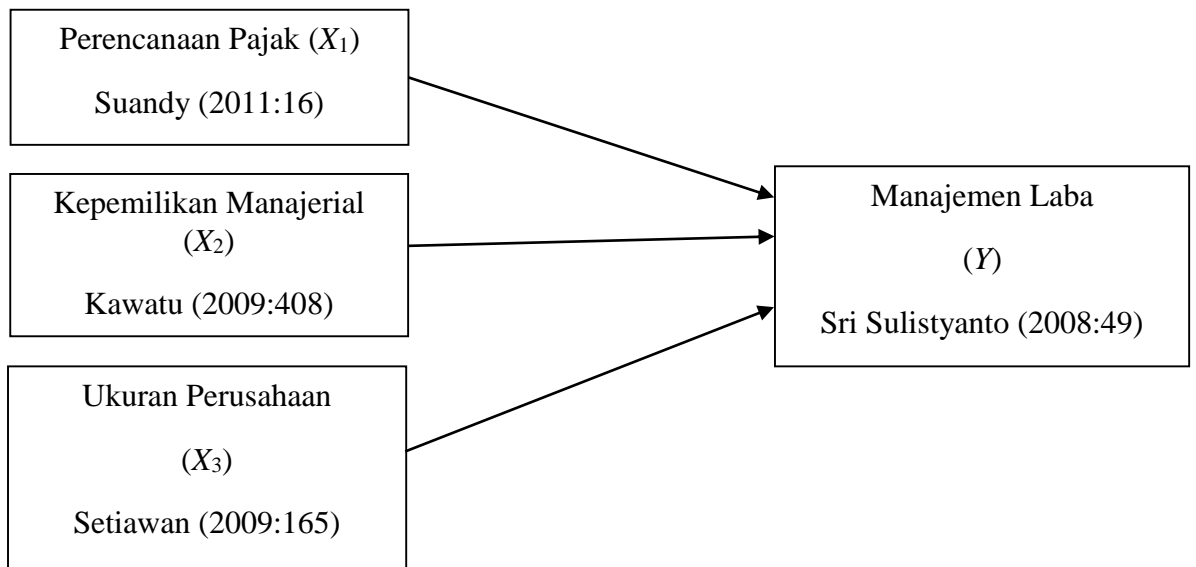
“Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung untuk berusaha meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingannya sendiri. Semakin besar kepemilikan manajerial maka semakin tinggi kemungkinan terjadinya manajemen laba”.

Berbagai penelitian telah dilakukan mengenai kepemilikan manajerial dengan manajemen laba. Menurut Robert Jao (2011), kepemilikan manajerial mempunyai pengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba dan menurut Kusumawardhani (2012), kepemilikan manajerial secara simultan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan dapat menunjukkan bagaimana keadaan perusahaan tersebut apakah tergolong perusahaan yang mempunyai kinerja yang bagus dengan pengalaman dan perkembangannya atau bahkan sebaliknya. Sehingga dapat mengetahui kemampuan perusahaan dan tingkat risiko dalam mengelola investasi yang diberikan pada pemegang saham.

Ukuran perusahaan mempunyai hubungan dengan praktik manajemen laba, (Moses, 1997) dalam (Muliati, 2011) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan manajemen laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena memiliki biaya politik lebih besar. Biaya politik muncul dikarenakan profitabilitas perusahaan yang tinggi dapat menarik perhatian media dan konsumen. Perusahaan besar seringkali menjadi perhatian banyak pihak investor sehingga seringkali mendapatkan tuntutan untuk memiliki informasi laba yang lebih baik. Tuntutan tersebut seringkali menjadikan manajemen berusaha untuk melaporkan laba lebih tinggi, dengan begitu maka manajemen melakukan tindakan manajemen laba untuk memanipulasi labanya agar menarik investor.



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:93) pengertian hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Oleh karena itu, rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan model kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁: Perencanaan pajak berpengaruh terhadap manajemen laba.

H₂: Kepemilikan manajerial berpengaruh terhadap manajemen laba.

H₃: Ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.