

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Keagenan

Teori keagenan (*agency theory*) merupakan suatu kondisi yang terjadi pada suatu perusahaan antara pihak manajemen sebagai pelaksana yang disebut lebih jauh sebagai agen dan pemilik modal (*owner*) sebagai *principal* membangun suatu kontrak kerjasama yang disebut dengan “*nexus of contract*”, kontrak kerjasama ini berisi kesepakatan-kesepakatan yang menjelaskan bahwa pihak manajemen perusahaan harus bekerja secara maksimal untuk memberikan kepuasan yang maksimal seperti *profit* yang tinggi kepada pemilik modal. Implikasinya memungkinkan sikap oportunistik (*oportunistic behavior*) di kalangan manajemen perusahaan dalam melakukan beberapa tindakan yang sifatnya disengaja seperti:

1. Melaporkan piutang tak tertagih (*bad debt*) yang lebih besar dari kenyataan yang sesungguhnya.
2. Melaporkan hasil penjualan dengan peningkatan yang tidak terlalu tinggi.

3. Melaporkan kepada pihak *principal* bahwa dibutuhkan dana tambahan untuk menunjang pelaksanaan proyek yang sedang dikerjakan jika tidak dibantu maka proyek akan terhenti.
4. Melakukan *income smoothing* (perataan laba), berupa melaporkan pendapatan yang tidak sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya, namun sesuai dengan maksud serta keinginan agen (manajemen).
5. Membuat laporan keuangan ganda, yaitu laporan keuangan yang datanya diotak-atik atau sudah dirubah untuk tujuan tertentu diberikan kepada pihak komisaris perusahaan namun yang sebenarnya hanya diketahui oleh para petinggi di manajemen perusahaan saja.

Pihak agen menguasai informasi secara maksimal (*full information*) dan di sisi lain pihak *principal* memiliki keunggulan kekuasaan (*discretionary power*) atau memaksimalkan kekuasaan. Sehingga kedua pihak ini sama-sama memiliki kepentingan pribadi (*self-interest*) dalam setiap keputusan yang diambil, salah satu efek yang bisa terjadi adalah perolehan dividen yang rendah yang akan diterima oleh *principal* karena faktor permainan yang dilakukan oleh agen-agen.

Praktik yang dilakukan oleh manajemen (agen) dengan mengabaikan berbagai pihak seperti para pemegang saham, kreditur, pemerintah dan lainnya disebabkan pihak manajemen ingin memperoleh keuntungan lebih bahkan ingin memindahkan posisinya dari posisi manajemn (agen) menjadi pemilik (*principal*). Ini memungkinkan terjadi pada saat ia berkeinginan memiliki saham dan menjadi pemilik pada salah satu perusahaan.

Dengan kondisi seperti itu maka pihak manajemen berusaha secara maksimal untuk mampu memberikan kinerja yang maksimal kepada para pemegang saham khususnya pemilik perusahaan yaitu para komisaris perusahaan. Karena jika pihak manajemen perusahaan tidak mampu memberikan kinerja dalam bentuk keuntungan yang maksimal kepada para pemegang saham dan kontinuitas perusahaan atau keberlanjutan usaha tersebut maka memungkinkan bagi pihak komisaris perusahaan untuk mengganti susunan struktur organisasi manajemen perusahaan, untuk hal ini komisaris memiliki wewenang besar untuk melakukannya.

Kondisi dan penerapan yang dilakukan oleh para pemegang saham khususnya komisaris tersebut telah menyebabkan timbulnya risiko, karena manajemen perusahaan akan melakukan tindakan-tindakan yang bersifat memaksa agar laba perusahaan meningkat. Kondisi ini bisa berdampak pada penyelesaian dengan tindakan melakukan pengeluaran khusus atau yang biasa disebut dengan *agency cost* (biaya keagenan). Mengenai biaya keagenan ini, Stephen A. Ross mengatakan biaya keagenan langsung dapat memiliki dua bentuk jenis, yang pertama adalah suatu pengeluaran perusahaan yang menguntungkan manajemen namun merugikan pemegang saham. Jenis biaya yang kedua adalah suatu beban yang timbul akibat adanya kebutuhan untuk mengawasi tindakan-tindakan manajemen. (Fahmi, 2013: 65).

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Definisi Laba

Menurut Hery (2016: 15), laba adalah: "... kenaikan dalam ekuitas (aset bersih) entitas yang ditimbulkan oleh transaksi *peripheral* (transaksi di luar operasi utama atau operasi sentral perusahaan) atau transaksi insidental (transaksi yang keterjadiannya jarang) dan dari seluruh transaksi lainnya serta peristiwa menurut keadaan-keadaan lainnya yang mempengaruhi entitas, tidak termasuk yang berasal dari pendapatan atau investasi oleh pemilik".

Menurut Shatu (2016: 68), laba adalah: "... kenaikan modal aktiva bersih yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dan dari semua transaksi atau kejadian lain yang mempengaruhi badan usaha selama suatu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemiliknya".

Menurut Sadono Sukirno (2010: 240), laba adalah: "... selisih antara penerimaan perusahaan dari penjualan produksi dengan biaya produksi, yang jumlah hasil penjualannya melebihi semua biaya".

Menurut Kasmir (2016: 45), laba adalah: "... selisih dari jumlah pendapatan dan biaya, dengan hasil jumlah pendapatan perusahaan lebih besar dari jumlah biaya".

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa laba adalah kenaikan modal aktiva bersih yang didapat dari hasil selisih pendapatan dengan biaya.

2.1.2.2 Jenis-Jenis Laba

Menurut Kasmir (2016: 303), dalam praktiknya laba terdiri dari dua macam, yaitu:

1. Laba kotor (*gross profit*)
Laba kotor adalah laba yang diperoleh sebelum dikurangi biaya-biaya yang menjadi beban perusahaan. Artinya, laba keseluruhan yang pertama sekali perusahaan peroleh.
2. Laba bersih (*net profit*).
Laba bersih merupakan laba yang telah dikurangi biaya-biaya yang merupakan beban perusahaan dalam suatu periode tertentu, termasuk pajak.

2.1.2.3 Karakteristik Laba

Menurut Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012: 229), terdapat lima karakteristik yang terdapat dalam laba akuntansi, yaitu:

1. “Laba akuntansi didasarkan pada transaksi aktual yang dilakukan oleh perusahaan (terutama laba yang muncul dari penjualan barang atau jasa dikurangi biaya-biaya yang dibutuhkan untuk berhasil melakukan penjualan tersebut).
2. Laba akuntansi didasarkan pada postulat periode yang mengacu pada kinerja keuangan dari perusahaan selama periode tertentu.
3. Laba akuntansi didasarkan pada prinsip laba dan membutuhkan definisi, pengukuran, dan pengakuan pendapatan.
4. Laba akuntansi meminta adanya pengukuran beban-beban dari segi biaya historisnya terhadap perusahaan, yang menunjukkan kekuatan yang tinggi pada prinsip biaya.
5. Laba akuntansi meminta penghasilan yang terealisasi di periode tersebut dihubungkan dengan biaya-biaya yang relevan”.

2.1.2.4 Tujuan Pelaporan Laba

Tujuan pelaporan laba adalah untuk menyediakan informasi yang bermanfaat bagi pihak yang berkepentingan dalam pelaporan keuangan. Menurut Suwardjono (2014: 456), informasi tentang laba perusahaan diharapkan dapat digunakan antara lain sebagai:

1. “Indikator efisiensi penggunaan dan yang tertanam dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat kembalian atas investasi (*rate of return on inuested capital*).
2. Pengukuran prestasi atau kinerja badan usaha dan manajemen.
3. Dasar penentuan besarnya pengenaan pajak.
4. Alat pengendalian alokasi sumber daya ekonomik suatu negara.
5. Dasar penentuan dan penilaian kelayakan tarif dalam perusahaan publik.
6. Alat pengendalian terhadap debitor dalam kontrak utang.
7. Dasar kompensasi dan pembagian bonus.
8. Alat motivasi manajemen dalam pengendalian perusahaan.
9. Dasar pembagian deviden”.

2.1.2.5 Definisi Aktiva

Menurut Hanafi (2016: 29), aktiva adalah: “... sumber ekonomi organisasi yang dipakai untuk menjalankan kegiatannya. Atau bisa juga didefinisikan sebagai manfaat ekonomis yang akan diterima di masa yang akan datang, atau akan dikuasai oleh perusahaan sebagai hasil dari transaksi atau kejadian tertentu”.

Menurut Kasmir (2016: 39), aktiva adalah: “... harta atau kekayaan yang dimiliki oleh perusahaan, baik pada saat tertentu maupun periode tertentu.

Menurut Weygandt, Kimmel dan Kieso (2013: 48), aktiva adalah: “... *probable future economic benefits obtained or controlled by a particular entity as a result of past transactions or events*”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa aktiva adalah kekayaan atau sumber-sumber ekonomi yang dimiliki perusahaan dan diharapkan akan memberikan manfaat di masa yang akan datang.

2.1.2.6 Jenis-Jenis Aktiva

Jenis-Jenis aktiva menurut Kasmir (2016: 39), yaitu:

1. “Aktiva lancar.
Aktiva lancar merupakan harta atau kekayaan yang segera dapat diuangkan (ditunaikan) pada saat dibutuhkan dan paling lama satu tahun. Aktiva lancar merupakan aktiva yang paling *liquid* dari aktiva lainnya. Jika perusahaan membutuhkan uang untuk membayar sesuatu yang segera harus dibayar misalnya utang yang sudah jatuh tempo, atau pembelian suatu barang atau jasa, uang tersebut dapat diperoleh dari aktiva lancar. Komponen yang ada di aktiva lancar terdiri dari antara lain kas, bank, surat-surat berharga, piutang, sediaan, sewa dibayar di muka dan aktiva lancar lainnya. Penyusunan aktiva lancar ini biasanya dimulai dari aktiva yang paling lancar, artinya yang paling mudah untuk dicairkan”.
2. Aktiva tetap.
Aktiva tetap merupakan harta atau kekayaan perusahaan yang digunakan dalam jangka panjang lebih dari satu tahun. Secara garis besar aktiva tetap dibagi dua macam, yaitu: aktiva tetap yang berwujud (tampak fisik), seperti: tanah, bangunan, mesin, kendaraan, dan lainnya, dan aktiva tetap yang tidak berwujud (tidak tampak fisik) merupakan hak yang dimiliki perusahaan, contoh: hak paten, merek dagang, *goodwill*, lisensi dan lainnya”.
3. Aktiva lainnya.
Aktiva lainnya merupakan harta atau kekayaan yang tidak dapat digolongkan ke dalam aktiva lancar maupun aktiva tetap. Komponen yang ada dalam aktiva lainnya adalah seperti: bangunan dalam proses, piutang jangka panjang, tanah dalam penyelesaian dan lainnya”.

2.1.2.7 Definisi Profitabilitas

Tujuan akhir yang ingin dicapai suatu perusahaan yang terpenting adalah memperoleh laba atau keuntungan yang maksimal, di samping hal-hal lainnya.

Untuk mengukur tingkat keuntungan suatu perusahaan, digunakan rasio profitabilitas.

Menurut Hanafi dan Halim (2016: 81), yang dimaksud rasio profitabilitas adalah: "... kemampuan perusahaan menghasilkan keuntungan (profitabilitas) pada tingkat penjualan, aset dan modal saham yang tertentu".

Menurut Kasmir (2016: 196), profitabilitas adalah: "... rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Penggunaan rasio profitabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan perbandingan antara berbagai komponen yang ada di laporan keuangan, terutama laporan keuangan neraca dan laporan laba rugi".

Menurut Hery (2016: 152), rasio profitabilitas adalah: "... rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laba rugi dan/atau neraca".

Menurut Agus Sartono (2012: 122), profitabilitas adalah: "... kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri".

Menurut Reeve *et al* yang dialihbahasakan oleh Damayanti Dian (2013: 331), yang dimaksud rasio profitabilitas adalah: "... kemampuan perusahaan untuk

menghasilkan laba. Kemampuan dalam menghasilkan laba tergantung pada efektivitas dan efisiensi dari kegiatan operasinya dan sumber daya yang tersedia”.

Dari berbagai definisi di atas dapat disimpulkan bahwa rasio profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan atau laba dalam suatu periode tertentu.

2.1.2.8 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

Rasio profitabilitas mempunyai tujuan dan manfaat, tidak hanya bagi pihak pemilik usaha atau manajemen saja, tetapi juga bagi pihak diluar perusahaan, terutama pihak-pihak yang memiliki hubungan atau kepentingan dengan perusahaan.

Menurut Kasmir (2016: 197-198), tujuan penggunaan rasio profitabilitas bagi perusahaan, maupun bagi pihak luar perusahaan, yaitu:

1. “untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode tertentu;
2. untuk menilai posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. untuk menilai perkembangan laba dari waktu ke waktu;
4. untuk menilai besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. untuk mengukur produktivitas seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri;
7. dan tujuan lainnya”.

Sementara itu, manfaat yang diperoleh adalah untuk:

1. “mengetahui besarnya tingkat laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode;
2. mengetahui posisi laba perusahaan tahun sebelumnya dengan tahun sekarang;
3. mengetahui perkembangan laba dari waktu ke waktu;

4. mengetahui besarnya laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri;
5. mengetahui produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri;
6. manfaat lainnya”.

2.1.2.9 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Menurut Hanafi dan Halim (2016: 81-82), ada tiga rasio yang sering dibicarakan, yaitu:

1. *“Profit Margin*

Profit margin menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu. Rasio ini bisa dilihat secara langsung pada analisis *common size* untuk laporan laba rugi (baris paling akhir). Rasio ini bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode tertentu. Rasio *profit margin* bisa dihitung sebagai berikut:

$$\textit{Profit Margin} = \frac{\textit{Laba bersih}}{\textit{Penjualan}}$$

2. *Return On Assets.*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA juga sering disebut sebagai ROI (*Return On Investment*). Rasio ini bisa dihitung sebagai berikut:

$$\textit{ROA} = \frac{\textit{Laba bersih}}{\textit{Total Aset}}$$

3. *Return On Equity (ROE).*

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba berdasarkan modal saham tertentu. Rasio ini merupakan ukuran profitabilitas dari sudut pandang pemegang saham.

Rasio ROE bisa dihitung sebagai berikut:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba bersih}}{\text{Modal Saham}}$$

2.1.3 *Financial Leverage*

2.1.3.1 Definisi Utang

Menurut Hanafi (2016: 29), yang dimaksud dengan utang adalah: “... pengorbanan ekonomis yang mungkin timbul di masa mendatang dari kewajiban organisasi sekarang untuk mentransfer aset atau memberikan jasa ke pihak lain di masa mendatang, sebagai akibat transaksi atau kejadian di masa lalu. Utang muncul terutama karenapenundaan pembayaran untuk barang atau jasa yang telah diterima oleh organisasi dan dari dana yang dipinjam”.

Menurut Weygandt, Kimmel dan Kieso (2013: 48), utang adalah: “... *probable future sacrifices of economic benefits arising from present obligations of a particular entity to transfer assets or provide services to other entities in the future as a result or past transactions or events*”.

Menurut Reeve *et al* yang dialihbahasakan oleh Damayanti Dian (2013: 53), yang dimaksud dengan utang adalah: “... kewajiban untuk membayar sesuatu yang dicatat sebagai kewajiban kepada perusahaan, bank, atau individu yang memberikan pinjaman”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa utang adalah kewajiban yang muncul karena belum membayar/melunasi pembayaran untuk barang dan jasa yang diterima dari kreditor (pemberi pinjaman).

2.1.3.2 Jenis-Jenis Utang

Menurut Kasmir (2016: 31), Utang dibagi ke dalam dua jenis, yaitu:

1. “Kewajiban lancar (utang jangka pendek).
Utang lancar merupakan kewajiban atau utang perusahaan kepada pihak lain yang harus segera dibayar. Jangka waktu utang lancar adalah maksimal dari satu tahun. Oleh karena itu, utang lancar disebut juga utang jangka pendek. Komponen utang lancar antar lain terdiri dari utang dagang, utang bank maksimal satu tahun, utang wesel, utang gaji dan utang jangka pendek lainnya.
2. Utang jangka panjang.
Utang jangka panjang merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain yang memiliki jangka waktu lebih dari satu tahun. Artinya jatuh tempo utang tersebut relatif lebih panjang dari utang lancar. Penggunaan utang jangka panjang biasanya digunakan untuk investasi yang juga lebih dari satu tahun. Komponen yang ada dalam utang jangka panjang terdiri dari obligasi, hipotek, utang bank yang lebih dari satu tahun dan utang jangka panjang lainnya”.

2.1.3.3 Definisi *Financial Leverage*

Untuk menjalankan operasinya setiap perusahaan memiliki berbagai kebutuhan, terutama yang berkaitan dengan dana agar perusahaan dapat berjalan sebagaimana mestinya. Dana selalu dibutuhkan untuk menutupi seluruh atau sebagian dari biaya yang diperlukan. Dana juga dibutuhkan untuk melakukan ekspansi atau perluasan usaha atau investasi baru. Artinya di dalam perusahaan harus tersedia dana dalam jumlah tertentu sehingga tersedia pada saat dibutuhkan. Dalam praktiknya untuk menutupi kekurangan akan kebutuhan dana, perusahaan

memiliki beberapa sumber dana yang dapat digunakan. Sumber-sumber dana secara garis besar dapat diperoleh dari modal sendiri dan pinjaman. Keputusan untuk memilih modal sendiri atau pinjaman haruslah digunakan beberapa perhitungan yang matang yakni dengan menggunakan *leverage ratio*.

Menurut Kasmir (2016: 151), *leverage ratio* adalah: "... rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang".

Menurut Irham Fahmi (2012: 72), rasio *leverage* adalah: "... rasio yang mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang".

Menurut Agus Sartono (2012: 120), *financial leverage* adalah: "... rasio yang menunjukkan proporsi atas penggunaan utang untuk membiayai investasinya. Perusahaan yang tidak mempunyai *leverage* berarti menggunakan modal sendiri 100%".

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *leverage ratio* adalah rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang. Artinya besarnya jumlah utang yang digunakan perusahaan untuk membiayai kegiatan usahanya dibandingkan dengan menggunakan modal sendiri.

2.1.3.4 Tujuan dan Manfaat *Financial Leverage*

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan *Leverage Ratio* menurut Kasmir (2016: 153-154):

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;
6. untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang;
7. untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki; dan
8. tujuan lainnya”.

Sementara itu, manfaat *Leverage Ratio* adalah:

1. “untuk menganalisis kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya;
2. untuk menganalisis kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga);
3. untuk menganalisis keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal;
4. untuk menganalisis seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang;
5. untuk menganalisis seberapa besar pengaruh utang perusahaan 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 akan ditagih ada terdapat sekian kalinya modal yang sendiri; dan
8. manfaat lainnya”.

2.1.3.5 Jenis-Jenis Rasio *Financial Leverage*

Biasanya penggunaan *leverage ratio* disesuaikan dengan tujuan perusahaan. Artinya perusahaan dapat menggunakan rasio *leverage* secara

keseluruhan atau sebagian dari masing-masing jenis rasio *leverage* yang ada. Penggunaan rasio secara keseluruhan, artinya seluruh jenis rasio yang dimiliki perusahaan, sedangkan sebagian artinya perusahaan hanya menggunakan beberapa jenis rasio yang dianggap perlu untuk diketahui.

Dalam praktiknya, terdapat beberapa jenis *Leverage Ratio* yang sering digunakan perusahaan. Adapun jenis-jenis rasio yang ada dalam *Leverage Ratio* menurut Kasmir (2016: 155-16), antara lain:

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 dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva.

Rumusan untuk mencari *debt ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

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

2. *Debt to Equity Ratio*

Debt to equity ratio merupakan rasio yang digunakan untuk menilai utang dengan ekuitas. Rasio ini dicari dengan cara membandingkan antara seluruh utang, termasuk utang lancar dengan seluruh ekuitas. Rasio ini berguna untuk mengetahui jumlah dana yang disediakan pemegang (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* dapat digunakan perbandingan antara total utang dengan total ekuitas sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang (Debt)}}{\text{Ekuitas (Equity)}}$$

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

LTDtER 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.

Rumusan untuk mencari *long term debt to equity ratio* adalah dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

$$\text{Long Term Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Long term debt}}{\text{Equity}}$$

4. *Times interest earned.*

Time interest earned merupakan rasio untuk mengukur sejauh mana pendapatan dapat menutupi tanpa membuat perusahaan merasa malu karena tidak mampu membayar biaya bunga tahunannya.

Rumus untuk mencari *time interest earned* dapat digunakan dengan dua cara sebagai berikut:

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

atau

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya bunga}}{\text{Biaya bunga (interest)}}$$

5. *Fixed Charge Coverage (FCC)*

Fixed charge coverage atau lingkup biaya tetap merupakan rasio yang menyerupai *time interest earned ratio*. Hanya saja perbedaannya adalah rasio ini dilakukan apabila perusahaan memperoleh utang jangka panjang atau menyewa aktiva berdasarkan kontrak sewa (*lease contract*).

Rumusan untuk mencari *fixed charge coverage* adalah sebagai berikut:

$$\text{Fixed charge coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}{\text{Biaya bunga} + \text{Kewajiban sewa/lease}}$$

2.1.4 Likuiditas

2.1.4.1 Pengertian Likuiditas

Menurut Hery (2016: 149), rasio likuiditas adalah: "... rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban atau membayar utang jangka pendeknya. Dengan kata lain, rasio likuiditas adalah rasio yang dapat digunakan untuk mengukur sampai seberapa jauh tingkat kemampuan perusahaan dalam melunasi kewajiban jangka pendeknya yang akan segera jatuh tempo".

Menurut Fred Weston dalam Kasmir (2016: 129), rasio likuiditas adalah: "... rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban (utang) jangka pendek. Artinya apabila perusahaan ditagih, perusahaan akan mampu untuk memenuhi utang tersebut terutama utang yang sudah jatuh tempo".

Menurut James O. Gill dalam Kasmir (2016: 130), rasio likuiditas adalah: "...mengukur jumlah kas atau jumlah investasi yang dapat dikonversikan atau diubah menjadi kas untuk membayar pengeluaran, tagihan, dan seluruh kewajiban lainnya yang sudah jatuh tempo".

Menurut Kasmir (2016: 130), rasio likuiditas atau sering juga disebut dengan nama rasio modal kerja adalah: "... rasio yang digunakan untuk mengukur seberapa likuidnya suatu perusahaan dengan cara membandingkan komponen yang ada di neraca. Penilaian dapat dilakukan untuk beberapa periode sehingga terlihat perkembangan likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu".

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa rasio likuiditas adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban jangka pendek.

2.1.4.2 Tujuan dan Manfaat Likuiditas

Perhitungan rasio likuiditas memberikan cukup banyak manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Pihak yang paling berkepentingan adalah pemilik perusahaan dan manajemen perusahaan guna menilai kemampuan mereka sendiri. Kemudian, pihak luar perusahaan juga memiliki kepentingan, seperti pihak kreditor atau penyedia dana bagi perusahaan, misalnya perbankan. Atau juga pihak distributor atau *supplier* yang menyalurkan atau menjual barang pembayaran secara angsuran kepada perusahaan.

Oleh karena itu, perhitungan rasio likuiditas tidak hanya berguna bagi perusahaan, namun juga bagi pihak luar perusahaan. Dalam praktiknya terdapat banyak manfaat atau tujuan analisis rasio likuiditas bagi perusahaan, baik bagi pihak pemilik perusahaan, manajemen perusahaan dan pihak yang memiliki hubungan dengan perusahaan seperti kreditor dan distributor atau *supplier*.

Berikut ini adalah tujuan dan manfaat yang dapat dipetik dari hasil rasio likuiditas menurut Kasmir (2016: 132-133):

1. “Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban atau utang yang segera jatuh tempo pada saat diagih. Artinya, kemampuan untuk membayar kewajiban yang sudah waktunya dibayar sesuai jadwal batas waktu yang telah ditetapkan.

2. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar secara keseluruhan. Artinya jumlah kewajiban yang berumur di bawah satu tahun atau sama dengan satu tahun, dibandingkan dengan total aktiva lancar.
3. Untuk mengukur kemampuan perusahaan membayar kewajiban jangka pendek dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan sediaan atau piutang. Dalam hal ini aktiva lancar dikurangi sediaan dan utang yang dianggap likuiditasnya lebih rendah.
4. Untuk mengukur atau membandingkan antara jumlah sediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan.
5. Untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang.
6. Sebagai alat perencana ke depan, terutama yang berkaitan dengan perencanaan kas dan utang.
7. Untuk melihat kondisi dan posisi likuiditas perusahaan dari waktu ke waktu dengan membandingkannya untuk beberapa periode.
8. Untuk melihat kelemahan yang dimiliki perusahaan, dari masing-masing komponen yang ada di aktiva lancar dan utang lancar.
9. Menjadi alat pemicu bagi pihak manajemen untuk memperbaiki kinerjanya, dengan melihat rasio likuiditas yang ada pada saat ini”.

2.1.4.3 Jenis-Jenis Likuiditas

Menurut Kasmir (2016: 134-142), dalam praktiknya jenis-jenis rasio likuiditas yang dapat digunakan perusahaan, yaitu:

1. “Rasio Lancar (*Current Ratio*).
- Rasio lancar (*current ratio*) merupakan rasio untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek atau utang yang segera jatuh tempo pada saat ditagih secara keseluruhan. Dengan kata lain, seberapa banyak aktiva lancar yang tersedia untuk menutupi kewajiban jangka pendek yang segera jatuh tempo. Rasio lancar dapat pula dikatakan sebagai bentuk untuk mengukur tingkat keamanan (*margin of safety*) suatu perusahaan. Rumus untuk mencari rasio lancar atau *current ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Current Ratio} = \frac{\text{Aktiva Lancar (Current Assets)}}{\text{Utang Lancar (Current Liabilities)}}$$

2. Rasio Cepat (*Quick Ratio*).

Rasio cepat (*quick ratio*) atau rasio sangat lancar atau *acid test ratio* merupakan rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memenuhi atau membayar kewajiban atau utang lancar (utang jangka pendek) dengan aktiva lancar tanpa memperhitungkan nilai persediaan (*inventory*). Artinya nilai sediaan kita abaikan, dengan cara dikurangi dari nilai total aktiva lancar. Hal ini dilakukan karena persediaan dianggap memerlukan waktu relatif lebih lama untuk diuangkan, apabila perusahaan membutuhkan dana cepat untuk membayar kewajibannya dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya.

Untuk mencari *quick ratio*; diukur dari total aktiva lancar, kemudian dikurangi dengan nilai sediaan. Terkadang perusahaan juga memasukkan biaya yang dibayar di muka jika memang ada dan dibandingkan dengan aktiva lancar lainnya.

Rumus untuk mencari rasio cepat (*quick ratio*) dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Quick Ratio} = \frac{\text{Current Asset} - \text{Inventory}}{\text{Current Liabilities}}$$

3. Rasio Kas (*Cash Ratio*)

Rasio kas atau *cash ratio* merupakan alat yang digunakan untuk mengukur seberapa besar uang kas yang tersedia untuk membayar utang. Ketersediaan uang kas dapat ditunjukkan dari tersedianya dana kas atau yang setara dengan kas seperti rekening giro atau tabungan di bank (yang dapat ditarik setiap saat).

Rumus untuk mencari rasio kas atau *cash ratio* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Cash or Cash Equivalent}}{\text{Current Liabilities}}$$

Atau

$$\text{Cash Ratio} = \frac{\text{Kas} + \text{Bank}}{\text{Current Liabilities}}$$

4. Rasio perputaran kas

Rasio perputaran kas adalah rasio yang digunakan untuk mengukur tingkat ketersediaan kas untuk membayar tagihan (utang) dan biaya-biaya yang berkaitan dengan penjualan.

Rumus yang digunakan untuk mencari rasio perputaran kas adalah sebagai berikut:

$$\text{Rasio Perputaran Kas} = \frac{\text{Penjualan Bersih}}{\text{Modal Kerja Bersih}}$$

5. *Inventory to Net Working Capital*

Inventory to net working capital merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur atau membandingkan antar jumlah persediaan yang ada dengan modal kerja perusahaan. Modal kerja tersebut terdiri dari pengurangan aktiva lancar dengan utang lancar.

Rumusan untuk mencari *inventory to net working capital* dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Inventory to Net Working Capital} = \frac{\text{Inventory}}{\text{Current Assets} - \text{Current Liabilities}}$$

2.1.5 Ukuran Perusahaan

2.1.5.1 Definisi Perusahaan

Menurut Hery (2016: 2), perusahaan adalah: "... sebuah organisasi yang beroperasi dengan tujuan menghasilkan keuntungan, dengan cara menjual produk (barang atau jasa) kepada para pelanggannya".

Menurut Hasanuh (2011: 2), perusahaan adalah: "... wadah atau organisasi untuk mencapai tujuan bersama para pendirinya dengan melakukan kegiatan ekonomis yaitu memproduksi barang dan jasa dalam suatu masyarakat".

Menurut Suwardi (2015: 15), perusahaan adalah: "... badan usaha yang menjalankan kegiatan di dalam bidang perekonomian (keuangan, industri dan perdagangan), yang dilakukan secara terus-menerus dan teratur, dengan terang-terangan dan dengan tujuan memperoleh keuntungan (laba).

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan perusahaan adalah organisasi yang menjalankan kegiatan di dalam bidang

perekonomian, yang dilakukan secara terus-menerus dengan tujuan memperoleh keuntungan.

2.1.5.2 Jenis-Jenis Perusahaan

Menurut Hery (2016: 2), ditinjau dari jenis usahanya (produk yang dijual), perusahaan dibedakan menjadi:

1. “Perusahaan Manufaktur (*Manufacturing Business*).
Perusahaan jenis ini terlebih dahulu mengubah (merakit) *input* atau bahan mentah (*raw material*) menjadi output atau barang jadi (*finished goods/final good*), baru kemudian di jual kepada para pelanggan (distributor).
Contoh perusahaan manufaktur, diantaranya adalah: perusahaan perakitan mobil, komputer, perusahaan pembuat (pabrik) obat, tas, sepatu, pabrik penghasil keramik, dan sebagainya.
2. Perusahaan Dagang (*Merchandising Business*).
Perusahaan jenis ini menjual produk (barang jadi), akan tetapi perusahaan tidak membuat/menghasilkan sendiri produk yang akan dijualnya melainkan memperolehnya dari perusahaan lain.
Contoh perusahaan dagang diantaranya adalah: Indomaret, Alfa-Mart, Carrefour, Gramedia, dan sebagainya.
3. Perusahaan jasa (*service business*).
Perusahaan jenis ini tidak menjual barang tetapi menjual jasa kepada pelanggan. Contoh perusahaan jasa diantaranya adalah: perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan transportasi (jasa angkut), pelayanan kesehatan (rumah sakit) dan sebagainya”.

2.1.5.3 Definisi Ukuran Perusahaan

Menurut Riyanto (2011: 313), ukuran perusahaan adalah: “... ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva”.

Pengertian ukuran perusahaan Menurut Suad Husnan dalam Sunyoto (2016: 115) adalah: "... ukuran perusahaan dapat dilihat pada pengelompokan perusahaan, yaitu *growth industry*, *defensive industry* dan *cylical industry*".

Menurut Hartono (2015: 254), pengertian ukuran perusahaan adalah: "... besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva".

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

2.1.5.4 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 dibagi ke dalam 4 (empat) kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar.

Pengertian dari usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar menurut UU No. 20 Tahun 2008 Pasal 1 (Satu) adalah sebagai berikut:

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,

dikuasi, 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 Undang-Undang No. 20

Tahun 2008, yaitu:

Tabel 2.1

Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	<i>Assets</i> (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

Sumber: Undang-Undang No. 20 Tahun 2008

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

2.1.5.5 Pengukuran Ukuran Perusahaan

Menurut Hartono (2015: 282), ukuran aktiva digunakan untuk mengukur besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva”.

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln Total Aktiva}$$

2.1.6 Perataan Laba

2.1.6.1 Definisi Manajemen Laba

Menurut Irham Fahmi (2013: 204), *earnings management* (manajemen laba) adalah: “... suatu tindakan yang mengatur laba sesuai yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan (*company management*)”.

Menurut Sulistyanto (2008: 6), 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”.

Dwi Martani (2012: 113), mendefinisikan manajemen laba adalah: “... 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 menaikkan pendapatan di periode mendatang”.

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

2.1.6.2 Pola Manajemen Laba

Pola manajemen laba dalam Sri Sulistyanto (2008: 177), antara lain:

1. “Penaikkan laba (*income increasing*).
Pola penaikan laba (*income increasing*) merupakan upaya perusahaan mengatur agar laba periode berjalan menjadi lebih tinggi daripada laba sesungguhnya. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih tinggi dari pada pendapatan sesungguhnya dan biaya periode berjalan menjadi lebih rendah dari biaya sesungguhnya.
2. Penurunan laba (*income decreasing*).
Pola penurunan laba (*income decreasing*) merupakan upaya perusahaan mengatur agar laba periode berjalan menjadi lebih rendah daripada laba sesungguhnya. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih tinggi dari biaya sesungguhnya.
3. Perataan laba (*income smoothing*).
Pola perataan laba (*income smoothing*) merupakan upaya perusahaan mengatur agar labanya efektif sama selama beberapa periode. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan dan biaya periode berjalan menjadi lebih tinggi atau lebih rendah daripada pendapatan atau biaya sesungguhnya”.

2.1.6.3 Definisi Perataan Laba

Menurut Hery (2016: 51), yang dimaksud dengan perataan laba adalah: “...suatu pengurangan dengan sengaja atas fluktuasi laba yang dilaporkan agar berada pada tingkat yang normal”.

Menurut Ahrens (2010: 24) yang dimaksud dengan perataan laba adalah: “... *the deliberate dampening of fluctuations about some level of earnings that is currently considered to be normal for a firm*”.

Menurut Sulistyanto (2008: 177), perataan laba adalah: “... Perataan laba adalah upaya perusahaan mengatur agar labanya agar labanya relatif sama selama beberapa periode. Upaya ini dilakukan dengan mempermainkan pendapatan dan biaya periode berjalan menjadi lebih tinggi atau lebih rendah dari pada pendapatan atau biaya sesungguhnya”.

Menurut Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012:192), praktik perataan laba (*income smoothing*) adalah: “...proses normalisasi laba yang disengaja guna meraih suatu tren ataupun tingkat yang diinginkan”.

Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa praktik perataan laba adalah upaya perusahaan mengatur labanya agar berada pada tingkat yang normal (stabil).

2.1.6.4 Motivasi Perataan Laba

Heywort dalam Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012:193), menyatakan bahwa:“... motivasi dibalik perataan laba termasuk

meliputi perbaikan hubungan dengan kreditor, investor, dan pekerja sekaligus juga penurunan siklus bisnis melalui proses psikologis”.

Gordon dalam Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012:193), mengusulkan motivasi perataan laba sebagai berikut:

1. “Kriteria yang dipakai oleh manajemen perusahaan dalam memilih prinsip-prinsip akuntansi adalah untuk memaksimalkan kegunaan dan kesejahteraannya.
2. Kegunaan yang sama adalah adalah suatu fungsi keamanan pekerjaan, peringkat dan tingkat pertumbuhan gaji serta peringkat dan tingkat pertumbuhan ukuran perusahaan.
3. Kepuasan dari pemegang saham terhadap kinerja perusahaan meningkatkan status dan penghargaan dari para manajer.
4. Kepuasan yang sama tergantung pada tingkat pertumbuhan dan stabilitas dari pendapatan perusahaan”.

Biedlemen dalam Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012:193), mempertimbangkan dua alasan manajemen meratakan laporan laba, yaitu:

1. “Berdasar pada asumsi bahwa suatu aliran laba yang stabil dapat mendukung dividen dengan tingkat yang lebih tinggi dari pada suatu aliran laba yang lebih variabel, yang memberikan pengaruh yang menguntungkan bagi nilai saham perusahaan seiring dengan turunnya risiko perusahaan secara keseluruhan.
2. Berkenaan dengan perataan kemampuan untuk melawan hakikat laporan laba yang bersifat siklus dan kemungkinan juga akan menurunkan korelasi antara ekspektasi pengembalian perusahaan dengan pengembalian portofolio pasar”.

Belkaoui (2012: 194), memberikan tiga batasan yang mungkin memengaruhi para manajer untuk melakukan perataan laba, yaitu:

1. “Mekanisme pasar yang kompetitif yang mengurangi jumlah pilihan yang tersedia bagi manajemen.
2. Skema kompensasi manajemen yang terhubung langsung dengan kinerja perusahaan.
3. Ancaman penggantian manajemen”.

2.1.6.5 Objek Perataan Laba

Belkaoui (2012:195) menyatakan bahwa, pada dasarnya objek perataan laba seharusnya didasarkan pada indikasi keuangan yang paling mungkin dan paling digunakan, yaitu laba. Karena perataan laba bukanlah suatu fenomena yang terlihat, literature memperkirakan berbagai bentuk pernyataan keuntungan sebagai objek yang paling mungkin. Pernyataan tersebut meliputi:

- a. “Indikator berdasarkan laba bersih, biasanya sebelum hal-hal luar biasa dan sebelum atau sesudah pajak,
- b. Indikator berdasarkan laba per saham, biasanya sebelum keuntungan dan kerugian luar biasa dan disesuaikan untuk pemecahan saham dan deviden”.

Para peneliti memilih indikator laba bersih atau laba per saham sebagai objek perataan laba karena keyakinan bahwa perhatian jangka panjang manajemen adalah terhadap laba bersih dan para pengguna laporan keuangan biasanya melihat pada angka paling akhir, baik laba per saham.

2.1.6.6 Jenis-Jenis Perataan Laba

Menurut Hery (2016: 51), Perataan laba dapat dicapai dengan dua cara yaitu :

1. *“Real smoothing*
Real smoothing adalah perataan laba yang dilakukan melalui transaksi keuangan sesungguhnya dengan mempengaruhi laba melalui perubahan dengan sengaja atas kebijakan operasi.
2. *Artificial smoothing*
Artificial smoothing atau sering juga disebut *accounting smoothing*, yaitu perataan laba melalui prosedur akuntansi yang diterapkan untuk memindahkan biaya dan/atau pendapatan dari suatu periode ke periode yang lain”.

2.1.6.7 Dimensi Perataan Laba

Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012: 195) menyatakan: “... dimensi perataan pada dasarnya adalah alat yang digunakan untuk menyelesaikan perataan angka pendapatan.

Dimensi perataan laba menurut Bernea *et al* dalam Belkaoui yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012:196), adalah sebagai berikut:

1. “Perataan melalui adanya kejadian dan atau pengakuan: manajemen dapat menentukan waktu transaksi *actual* terjadi sehingga pengaruhnya terhadap pelaporan akan cenderung mengurangi variasinya dari waktu ke waktu. Sering kali, waktu yang direncanakan dari terjadinya peristiwa (contoh penelitian dan pengembangan) akan menjadi fungsi dari aturan akuntansi yang mengatur pengakuan akuntansi atas peristiwa.
2. Perataan melalui alokasi terhadap waktu: melalui kejadian dan pengakuan atas suatu manajemen memiliki kendali yang lebih bebas terhadap determinasi atas perioden-periode yang dipengaruhi oleh kuantifikasi dari peristiwa.
3. Perataan melalui klasifikasi (melalui perataan secara pengklasifikasian: ketika angka statistik laporan laba rugi selain laba bersih (bersih dari seluruh pendapatan dan beban) menjadi objek perataan, manajemen dapat mengklasifikasikan pos-pos laporan intralaba untuk menurunkan variasi yang terjadi dari waktu ke waktu dalam statistik”.

Pada dasarnya, perataan melui terjadinya peristiwa dan/atau pengakuan berkaitan dengan perataan riil, sementara perataan melalui alokasi dari waktu ke waktu berkaitan dengan perataan artifisial.

2.1.6.8 Pengukuran Perataan Laba

Perataan laba sebagai variabel dependen dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan indeks eckel. Laba yang digunakan untuk menghitung indeks eckel adalah *net income* dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Indeks Praktik Perataan Laba} = \frac{CV\Delta I}{CV\Delta S}$$

CV Δ I dan CV Δ S dapat dihitung dengan:

$$CV\Delta I = \sqrt{\frac{\sum(\Delta i - \Delta I)^2}{n-1}} : \Delta I$$

$$CV\Delta S = \sqrt{\frac{\sum(\Delta s - \Delta S)^2}{n-1}} : \Delta S$$

Keterangan :

Δi : Perubahan laba dalam suatu periode (*income*)

Δs : Perubahan penjualan dalam suatu periode (*sales*)

ΔI : Rata-rata perubahan laba dalam suatu periode (*income*)

ΔS : Rata-rata perubahan penjualan dalam suatu periode (*sales*)

n : Banyaknya tahun yang diamati

CV : Koefisien variasi dari variabel yaitu standar deviasi ΔI atau ΔS dibagi dengan rata-rata ΔI atau ΔS .

Dengan kriteria perusahaan dikategorikan melakukan praktik perataan laba apabila hasil penghitungan < 1 dan apabila hasil penghitungan ≥ 1 maka perusahaan tersebut dikategorikan sebagai perusahaan yang tidak melakukan perataan laba. (Ahrens, 2010: 24).

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas terhadap Praktik Perataan Laba

Profitabilitas merupakan ukuran penting yang sering dijadikan oleh investor dalam menilai sehat tidaknya perusahaan yang selanjutnya dapat mempengaruhi keputusan membeli atau menjual saham suatu perusahaan. Profitabilitas yang tinggi menggambarkan bahwa kinerja perusahaan baik, sebaliknya tingkat profitabilitas yang rendah menunjukkan bahwa kinerja perusahaan mengalami penurunan. Kenaikan dan penurunan inilah yang dihindari manajer terkait penilaian kinerja, karena investor lebih menyukai kestabilan maupun peningkatan pendapatan daripada pendapatan yang fluktuatif.

Menurut Mona Yulia (2013) Profitabilitas dijadikan alat untuk mengevaluasi kinerja manajemen, apakah manajemen telah bekerja secara efektif atau tidak. Kinerja manajemen yang tidak efektif akan menghasilkan profitabilitas yang rendah, sehingga dianggap gagal dalam mencapai tujuan perusahaan. Manajemen yang tidak ingin dianggap gagal, akan berusaha meningkatkan laba perusahaan dan stabilitas labanya. Hal inilah yang memicu timbulnya perataan laba, fluktuasi profitabilitas yang rendah atau menurun memiliki kecenderungan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan tindakan perataan laba.

Hal ini didukung oleh hasil penelitian Aji dan Mitha (2010) yang membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh negatif terhadap praktik perataan laba.

2.2.2 Pengaruh *Financial Leverage* terhadap Praktik Perataan Laba

Financial leverage menunjukkan proporsi penggunaan utang untuk membiayai investasinya. *Financial leverage* dapat diukur dengan membandingkan rasio antara total utang dan total aktiva. Menurut Fatmawati dan Atik Djajanti (2015), perusahaan yang memiliki tingkat *leverage* yang tinggi diduga akan melakukan perataan laba karena perusahaan terancam *default*, sehingga manajemen membuat kebijakan yang dapat meningkatkan pendapatan.

Hal ini sejalan dengan Sartono (2001) dalam Abiprayu (2011), yang menyatakan semakin besar utang perusahaan maka semakin besar pula resiko yang dihadapi investor, sehingga investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Akibat kondisi tersebut perusahaan cenderung melakukan praktik perataan laba.

Penelitian yang dilakukan Harris Prasetya (2013), Dewi (2010), Fatmawati dan Djajanti (2015) juga membuktikan *financial leverage* berpengaruh positif terhadap praktik perataan laba.

2.2.3 Pengaruh Likuiditas terhadap Praktik Perataan Laba

Likuiditas adalah kemampuan perusahaan dalam membayar kewajiban jangka pendek. Rasio lancar digunakan sebagai pengukuran likuiditas perusahaan dimana rasio lancar menunjukkan kemampuan aktiva lancar perusahaan dalam memenuhi utang jangka pendek dengan aset lancar yang dimiliki perusahaan,

permasalahan pada utang jangka pendek dapat menyebabkan perusahaan mengalami kebangkrutan.

Kasmir (2016: 129), menyatakan bahwa jika perusahaan likuiditasnya terlalu tinggi, dapat diartikan bahwa perusahaan kelebihan dana. Artinya jumlah dana tunai dan dana yang segera dapat dicairkan melimpah. Hal tersebut kurang baik bagi perusahaan karena ada aktivitas yang tidak dilakukan secara optimal. Sehingga manajemen dianggap kurang mampu menjalankan kegiatan operasional perusahaan terutama dalam hal menggunakan dana yang dimiliki. Hal tersebut akan berpengaruh terhadap usaha pencapaian laba seperti yang diinginkan.

Teori tersebut sesuai dengan penelitian Harris prasetya (2013), yang menyatakan semakin tinggi likuiditas seharusnya semakin besar kemampuan perusahaan untuk membayar kewajiban jangka pendek, tetapi likuiditas yang terlalu tinggi juga menunjukkan manajemen yang buruk atas sumber likuiditas seperti aktiva lancar. Kelebihan dalam aktiva lancar seharusnya digunakan untuk investasi yang bisa menghasilkan tingkat kembalian lebih. Terlalu tingginya likuiditas membuat manajer melakukan perataan laba agar kinerjanya dianggap baik, sehingga semakin tinggi likuiditas maka semakin besar peluang manajer untuk melakukan praktik perataan laba. Penelitian yang dilakukan Harris Prasetya (2013) membuktikan likuiditas berpengaruh positif terhadap praktik perataan laba.

2.2.4 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Perataan Laba

Ukuran perusahaan pada penelitian ini dinilai dengan logaritma natural total aktiva, dimana total aktiva menggambarkan nilai kekayaan atau harta yang dimiliki perusahaan. Semakin besar nilai total aktiva perusahaan mencerminkan bahwa perusahaan memiliki harta yang semakin tinggi nilainya, sehingga bisa dikatakan besar kecilnya ukuran suatu perusahaan dapat dilihat dari besar kecilnya nilai total aktiva suatu perusahaan.

Herawati (2005) dalam Rahmawati (2012) menyebutkan bahwa perusahaan yang memiliki aktiva besar yang kemudian dikategorikan sebagai perusahaan besar umumnya akan mendapat lebih banyak perhatian dari berbagai pihak seperti investor, kreditor, maupun pemerintah. Untuk itu perusahaan besar diperkirakan akan menghindari fluktuasi laba yang terlalu drastis, sebab kenaikan laba yang drastis akan menyebabkan bertambahnya pajak. Sebaliknya penurunan laba yang drastis akan memberikan *image* yang kurang baik. Oleh karena itu, perusahaan besar diperkirakan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan tindakan praktik perataan laba.

Hal tersebut didukung oleh penelitian Abiprayu (2011), yang menyatakan bahwa perusahaan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari para *stakeholder*, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini mendorong manajemen untuk memenuhi harapan tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ukuran

perusahaan berpengaruh positif terhadap perataan laba dimana semakin besar perusahaan maka semakin besar pula indikasi adanya praktik perataan laba.

Penelitian yang dilakukan Abiprayu (2011), Fatmawati dan Djajanti (2015) membuktikan ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap praktik perataan laba.

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016: 96), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dalam rumusan ini adalah sebagai berikut:

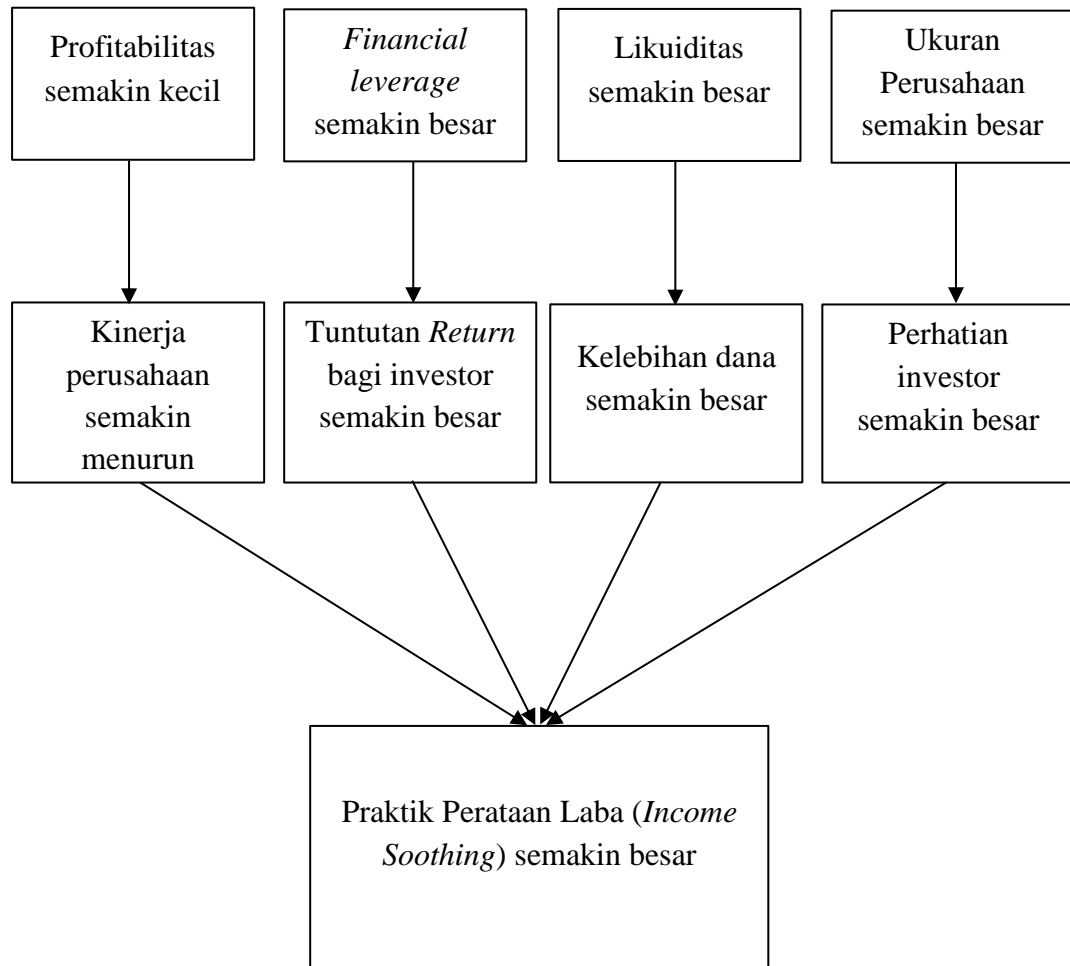
Hipotesis pertama : Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.

Hipotesis kedua : *Financial leverage* berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.

Hipotesis ketiga : Likuiditas berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.

Hipotesis keempat : Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.

Kerangka pemikiran yang diajukan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran