

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

2.1.1. Ukuran Perusahaan

2.1.1.1. Pengertian Ukuran Perusahaan

Dalam skala usaha terdapat berbagai ukuran perusahaan yang berbeda, dari perusahaan kecil sampai dengan perusahaan besar perbedaan tersebut tergantung pada investasi yang ditanamkan. Apapun ukuran perusahaannya tujuan yang ingin dicapai tetap sama yaitu suatu perusahaan didirikan adalah untuk menghasilkan laba bagi pemiliknya.

Menurut Riyanto (2013:313), ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

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

Menurut Torang (2012:93), ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran organisasi adalah suatu variabel konteks yang mengukur tuntutan pelayanan atau produk organisasi”.

Menurut Basyaib (2007:122), ukuran perusahaan adalah sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan (*firm size*) adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara antara lain dengan ukuran pendapatan, total aset, dan total modal. Semakin besar ukuran pendapatan, total aset, dan total modal akan mencerminkan keadaan perusahaan yang semakin kuat”.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diketahui ukuran perusahaan merupakan suatu skala yang menggambarkan besar kecilnya

perusahaan dengan berbagai nilai seperti *equity*, penjualan, dan aset perusahaan, semakin besar nilai tersebut mencerminkan perusahaan yang semakin kuat.

Menurut Asnawi dan Wijaya (2005:274), ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang dipertimbangkan dalam banyak penelitian keuangan. Hal ini disebabkan dugaan banyaknya keputusan/hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan.

2.1.1.2. Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Klasifikasi ukuran perusahaan dapat dilihat dengan berbagai nilai antara lain dengan total tenaga kerja, aset, dan penjualan. Menurut Suryana (2006:119) klasifikasi ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Industri yang menyerap tenaga kerja 1-9 orang termasuk industri kerajinan rumah tangga. Industri kecil menyerap 10-49 orang, industri sedang menyerap 50-99 orang, dan industri besar menyerap tenaga kerja 100 orang lebih”.

Pernyataan yang dikemukakan oleh Suryana tersebut menunjukkan bahwa ukuran perusahaan juga dapat diklasifikasikan berdasarkan jumlah tenaga kerja dalam industri tersebut. Adapun menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pasal 1 (satu) tentang usaha kecil, mikro, dan menengah. Kriteria ukuran perusahaan terbagi menjadi 4 (empat) kategori yaitu:

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 ekonomi 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 baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha 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”.

Berikut kriteria ukuran perusahaan dilihat dari nilai kekayaan bersih dan hasil penjualan berdasarkan Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pasal 6 (enam) adalah sebagai berikut:

- 1) “Kriteria usaha mikro adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
- 2) Kriteria usaha kecil adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
- 3) Kriteria usaha menengah adalah sebagai berikut:
 - a. Memiliki kekayaan bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
 - b. Memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus ribu rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah)”.

2.1.1.3. Pengukuran Ukuran Perusahaan

Dalam pengukuran ukuran perusahaan dapat ditentukan dengan berbagai nilai seperti total aktiva, penjualan, modal, laba dan yang lainnya, nilai tersebut dapat menentukan besar kecilnya perusahaan. Berkembangnya suatu perusahaan dari perusahaan kecil hingga menjadi besar tidak lepas dari peran manajer perusahaan dalam mengelola sumber daya pemilik perusahaan (Hariyani et al. 2011:15).

Menurut Prasetyantoko (2008:257), pengukuran ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Besarnya aset total dapat menggambarkan ukuran perusahaan. Semakin besar aset biasanya ukuran perusahaan tersebut semakin besar”.

Menurut Asnawi dan Wijaya (2005:274), pengukuran ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Secara umum biasanya *size* diproksi dengan total aset. Karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya, maka dengan maksud untuk mengurangi peluang heteroskedastis, variabel aset ‘diperhalus’ menjadi :

$$Ukuran\ Perusahaan = Ln (Asset)$$

Menurut Moeljono (2005:14), pengukuran ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Besarnya ukuran perusahaan yang dinilai dari total aset, investasi, perputaran modal, alat produksi, jumlah pegawai, keluasan jaringan usaha, penguasaan pasar, output produksi, besaran nilai tambah, besaran pajak terbayarkan, dan seterusnya itu ternyata menjadi bayangan akan kenyataan bahwa korporasi memang identik dengan perusahaan besar”.

Menurut Sawir (2004:102), pengukuran ukuran perusahaan sebagai berikut:

“Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan laba, aktiva, tenaga kerja, dan lain-lain yang semuanya berkorelasi tinggi”.

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa dalam pengukuran ukuran perusahaan dapat diproksikan dengan berbagai nilai. Maka untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan ukuran aset perusahaan. Karena nilai total aset biasanya sangat besar dibandingkan variabel keuangan lainnya, aset adalah sumber daya yang dikendalikan oleh entitas sebagai akibat dari peristiwa masa lalu yang diharapkan dapat memberikan manfaat ekonomi di masa depan kepada entitas. Semakin tinggi nilai aset mencerminkan ukuran perusahaan tersebut semakin besar.

2.1.2. *Return On Assets*

2.1.2.1. *Pengertian Return On Assets*

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan pada tingkat penjualan, aset, dan modal tercermin dalam rasio profitabilitas, salah satu jenis rasio profitabilitas yang paling sering banyak digunakan untuk menilai hasil kinerja manajemen secara keseluruhan adalah rasio tingkat pengembalian investasi atau *return on asset*, rasio ini dihitung dengan membagi jumlah laba yang diperoleh perusahaan pada suatu periode tertentu dengan jumlah dana yang diinvestasikan dalam perusahaan pada periode tersebut.

Menurut Agus Sartono (2015:123), *return on assets* adalah sebagai berikut:

“*Return on assets* menunjukkan kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari aktiva yang dipergunakan”.

Menurut Rudianto (2013:197), *return on asset* atau *return on investment* adalah sebagai berikut:

“*Return on asset* adalah rasio yang menggambarkan kemampuan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan atas setiap satu rupiah aset yang digunakan. Rasio ini juga memberikan ukuran yang lebih baik atas profitabilitas perusahaan karena menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan”.

Selanjutnya menurut Hanafi dan Halim (2009:159), *return on asset* adalah sebagai berikut :

“*Return on asset* adalah rasio yang mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk mendanai aset tersebut”.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diketahui pengertian *return on asset* merupakan bagian dari rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dengan mengkombinasikan pengaruh margin laba dan perputaran aktiva, rasio ini menunjukkan efektifitas manajemen dalam menggunakan aset untuk memperoleh pendapatan.

2.1.2.2. Pengukuran *Return On Asset*

Rasio *return on asset* mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih berdasarkan tingkat aset yang tertentu. ROA juga sering disebut

sebagai ROI (*Return On Investment*). Rasio yang tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen (Hanafi dan Halim, 2009:84).

Menurut Murhadi (2015:64), pengukuran *return on asset* adalah sebagai berikut:

“*Return on asset* mencerminkan seberapa besar *return* yang dihasilkan atas setiap rupiah uang yang ditanamkan dalam bentuk aset. Harapannya makin tinggi ROA, maka akan makin baik”. Rasio ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$ROA = \frac{Net\ Income}{Total\ Asset}$$

2.1.3. *Net Profit Margin*

2.1.3.1. Pengertian *Net Profit Margin*

Ukuran penilaian kinerja perusahaan menjadi pusat perhatian bagi para pengguna laporan keuangan dalam menilai hasil akhir dari suatu kebijakan yang telah dilakukan manajemen perusahaan, terutama gambaran mengenai seberapa besar laba yang telah didapat dari berbagai tingkat tertentu salah satunya kemampuan menghasilkan laba dari tingkat penjualan yaitu *net profit margin*, rasio ini salah satu bagian dari rasio profitabilitas.

Menurut Kieso, Weygandt dan Warfield (2014:214), *net profit margin* adalah sebagai berikut:

“Net profit on sales measures net income generated by each dollar of sales”.

Menurut Rudianto (2013:192), *net profit margin* adalah sebagai berikut:

“Margin laba bersih (*net profit margin*) adalah ukuran persentase dari setiap hasil penjualan sesudah dikurangi semua biaya dan pengeluaran, termasuk bunga dan pajak”.

Selanjutnya menurut Hanafi dan Halim (2009:83), *net profit margin* adalah sebagai berikut:

“Net profit margin adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu”.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diketahui pengertian *net profit margin* merupakan rasio profitabilitas yang digunakan untuk mengetahui kemampuan perusahaan menghasilkan laba dari penjualan bersih perusahaan, rasio ini berguna untuk mengukur tingkat efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dilihat dari hubungannya antara laba bersih setelah pajak dengan penjualan.

2.1.3.2. Pengukuran *Net Profit Margin*

Rasio *net profit margin* bisa diinterpretasikan juga sebagai kemampuan perusahaan menekan biaya-biaya (ukuran efisiensi) di perusahaan pada periode

tertentu. *Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya yang tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen (Hanafi dan Halim, 2009:83-84).

Menurut Murhadi (2015:64), pengukuran *net profit margin* sebagai berikut:

“*Net profit margin* mencerminkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba neto dari setiap penjualannya. Harapannya makin tinggi NPM, maka akan makin baik”.

Selanjutnya menurut Agus Sartono (2015:122-123), pengukuran *net profit margin* sebagai berikut:

“*Net profit margin* menunjukkan kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan”. Rasio ini dapat dihitung sebagai berikut:

$$NPM = \frac{\text{Laba Setelah Pajak}}{\text{Penjualan}}$$

2.1.4. *Winner/loser Stock*

2.1.4.1. Pengertian *Winner/loser Stock*

Perusahaan mengeluarkan berbagai surat berharga jangka panjang salah satunya saham yaitu untuk memenuhi kebutuhan dana jangka panjang. Setiap perusahaan selalu menginginkan *return* saham yang lebih tinggi dari pada *return* pasar dimana hal ini mencerminkan bahwa perusahaan berada pada kelompok saham *winner stock* yang berarti saham yang terpantau menguat, dan sebaliknya perusahaan menghindari kelompok *loser stock* yang berarti saham terpantau melemah.

Menurut Sunarto (2006) dalam Iskandar dan Suardana (2016), *winner/loser stock* adalah sebagai berikut:

“*Winner stock* adalah saham yang memiliki *return* lebih besar daripada *return* rata-rata pasar atau disebut juga saham yang memberikan *return* positif, sedangkan *loser stock* adalah saham yang memiliki *return* sama dengan atau lebih kecil daripada *return* rata-rata pasar atau disebut juga saham yang memberikan *return* negatif”.

Sedangkan menurut Hendrawati (2001) dalam Arfan dan Wahyuni (2010), *winner/loser stock* adalah sebagai berikut:

“Saham *winner* adalah saham yang mengalami perubahan harga yang paling besar (ekstrim) atau saham yang mengalami kenaikan harga dengan persentase yang paling besar dalam satu hari perdagangan. Saham *loser* adalah saham yang mengalami penurunan harga dengan persentase yang paling besar dalam satu hari perdagangan”.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat diketahui bahwa *winner stock* merupakan kelompok saham yang paling diinginkan, dimana *return* saham yang dimiliki lebih besar dari pada *return* rata-rata pasar sehingga disebut juga *return* positif sedangkan *loser stock* merupakan kelompok saham yang paling

dihindari, dimana *return* saham yang dimiliki lebih kecil dari pada *return* rata-rata pasar sehingga disebut juga *return* negatif.

Menurut Salno dan Baridwan (2000) dalam Arfan dan Wahyuni (2010), bahwa ketika perusahaan ada pada posisi *winner stock* perusahaan akan cenderung mempertahankan posisinya di kelompok *winner stocks*. Dugaan ini dilatarbelakangi oleh kepentingan manajemen perusahaan *winner stocks* untuk mencapai atau mempertahankan *shareholder's value* melalui posisinya di kelompok *winner stocks* dengan tetap menjaga variabilitas laba perusahaan dari waktu ke waktu. Sementara itu, perusahaan *loser stock* akan berusaha untuk menaikkan nilai perusahaan sehingga mereka bisa mencapai posisinya di *winner stock*.

2.1.4.2. Pengukuran Winner/loser Stock

Penentuan status *winner/loser stock* dilakukan dengan menghitung *return* saham dari setiap perusahaan dan kemudian membandingkannya dengan *return* pasar. Menurut Irham Fahmi (2009:151), *return* saham adalah keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan, individu dan institusi dari hasil kebijakan investasi yang dilakukannya. Menurut Jogiyanto (2013:236), perhitungan *return* saham sebagai berikut:

$$R_t = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}}$$

Keterangan:

- R_t = *Return* saham pada tahun t
 P_t = Harga saham sekarang
 P_{t-1} = Harga saham periode sebelumnya

Menurut Agus Sartono (2015:70), menyatakan bahwa harga pasar saham terbentuk melalui mekanisme permintaan dan penawaran di pasar modal. Adapun yang dimaksud *return* pasar dalam penelitian ini adalah Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) Bursa Efek Indonesia. Menurut Fakhruddin (2008:109-110), Indeks Harga Saham Gabungan (IHSG) artinya indeks tersebut mencerminkan pergerakan seluruh saham yang terdapat dibursa tersebut.

Perhitungannya dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$R_{mt} = \frac{IHSG_t - IHSG_{t-1}}{IHSG_{t-1}}$$

Keterangan:

- R_{mt} = Return pasar tahun t
 $IHSG_t$ = *IHSG (closing price)* pada tahun t
 $IHSG_{t-1}$ = *IHSG (closing price)* pada tahun $t-1$

Apabila:

- $R_t > R_{mt}$, maka perusahaan berstatus sebagai *winner stock* (diberi nilai 1).
- $R_t \leq R_{mt}$, maka perusahaan berstatus sebagai *loser stock* (diberi nilai 0)

2.1.5. Teori Keagenan

Dalam membangun suatu perusahaan terdapat dua pihak yang berperan penting dalam menjalankan suatu usaha adanya manajer sebagai agen dan pemilik perusahaan sebagai prinsipal merupakan gambaran mengenai teori keagenan. Dimana teori ini menjelaskan mengenai kumpulan kontrak antara agen dan prinsipal sebagai pengendalian dengan tujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Peace dan Robinson (2008:47), teori keagenan adalah sebagai berikut:

“Teori keagenan merupakan sekelompok gagasan mengenai pengendalian organisasi yang didasarkan pada keyakinan bahwa pemisahan kepemilikan dengan manajemen menimbulkan potensi bahwa keinginan pemilik diabaikan”.

Selanjutnya menurut Jesen dan Meckling (1986) dalam Iskandar dan Suardana (2016), teori keagenan adalah sebagai berikut:

“Menjelaskan hubungan keagenan di dalam teori agensi (*agency theory*) bahwa perusahaan merupakan kumpulan kontrak (*nexus on contract*) antara pemilik sumber daya ekonomis (*principal*) dan manajer (*agent*) yang mengurus penggunaan dan pengendalian sumber daya tersebut”.

Dalam hubungannya antara prinsipal dengan agen kadang tidak berjalan selaras dan baik-baik saja, ada kemungkinan bahwa agen menyalahgunakan kepercayaan prinsipal demi keuntungan dirinya sendiri. Masalah hubungan keagenan ini timbul karena adanya kesenjangan informasi antara pemilik perusahaan dan manajer perusahaan. Kondisi tersebut dikenal dengan *asymmetric information* merupakan agen mengetahui lebih banyak tentang penyelesaian dari

sebuah tugas dan pada gilirannya memiliki keuntungan atas informasi tersebut dibandingkan dengan prinsipal.

Menurut Sulistyanto (2008:53), kesenjangan informasi antara manajer dan *stakeholder* sebagai berikut:

“Manajer sebagai pengelola perusahaan cenderung lebih menguasai informasi mengenai perusahaan dibandingkan pihak lain. Hingga laporan keuangan yang seharusnya merupakan media komunikasi antara manajer dan berbagai pihak yang mempunyai hubungan dengan perusahaan ini dimanfaatkan manajer menjadi media untuk mencari keuntungan sesaat oleh manajer. Kesenjangan informasi antara manajer dengan *stakeholder* telah membuat manajer cenderung menjadi pihak yang lebih superior dalam menguasai informasi dibandingkan dengan pihak lain. Kesenjangan informasi semacam ini mendorong manajer untuk berperilaku *oportunis* dalam mengungkapkan informasi mengenai perusahaan. Manajer hanya akan mengungkapkan suatu informasi tertentu jika ada manfaat yang diperolehnya. Apabila tidak ada manfaat yang bisa diperolehnya maka manajer akan menyembunyikan atau menunda pengungkapan informasi itu bahkan kalau diperlukan manajer akan mengubah informasi itu”.

Menurut Pearce dan Robinson (2008:48), menegaskan bahwa ketika pemilik hanya memiliki akses terhadap relatif sebagian kecil informasi yang tersedia mengenai kinerja perusahaan dan tidak dapat mengawasi seluruh keputusan atau tindakan yang dilakukan oleh manajer, maka sering kali manajer bebas mengejar kepentingannya sendiri. Kondisi ini dinamakan masalah bahaya moral (*moral hazard problem*). Masalah ini terkadang juga disebut dengan “tindakan untuk kepentingan diri sendiri yang diselubungi dengan senyuman”. Sebagai akibat dari masalah bahaya moral, manajer mungkin merancang strategi yang memberikan manfaat terbesar bagi diri mereka sendiri, dengan menempatkan organisasi sebagai prioritas sekunder.

Menurut Sulistyanto (2008:45-47), terdapat 3 (tiga) hipotesis yang secara umum dinyatakan dalam bentuk perilaku oportunistis dari para manajer dalam

mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan, Hipotesis tersebut adalah sebagai berikut:

1. *“Bonus plan hypothesis*
Bonus plan hypothesis menyatakan bahwa *“managers of firms with bonus plans are more likely to use accounting methods that increase current periode reported income”*. Ada bukti empiris yang menyatakan bahwa perjanjian (kontrak) bisnis manajer dengan pemilik perusahaan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tingkat manajemen laba yang dilakukan manajer. Dalam bonus atau kompensasi manajerial, pemilik perusahaan berjanji bahwa manajer akan menerima sejumlah bonus jika kinerja perusahaan mencapai jumlah tertentu. Janji bonus inilah yang merupakan alasan bagi manajer untuk mengelola dan mengatur labanya pada tingkat tertentu sesuai yang disyaratkan agar dapat menerima bonus. Seandainya pada tahun tertentu kinerja sesungguhnya berada dibawah syarat untuk memperoleh bonus, maka manajer akan melakukan manajemen laba agar labanya dapat mencapai tingkat minimal untuk memperoleh bonus. Sebaliknya, jika pada tahun itu kinerja yang diperoleh manajer jauh diatas jumlah yang disyaratkan untuk memperoleh bonus, manajer akan mengelola dan mengatur agar laba yang dilaporkan menjadi tidak terlalu tinggi. Kelebihan laba sesungguhnya dengan laba yang dilaporkan akan disajikan pada tahun berikutnya. Hal ini dilakukan sebagai upaya manajer untuk memperoleh bonus dari periode ke periode.
2. *Debt (equity) hypothesis*
Debt (equity) hypothesis yang menyatakan bahwa *“the large the firms debt to equity ratio, the more likely managers use accounting methods that increase income”*. Dalam konteks perjanjian hutang, manajer akan mengelola dan mengatur labanya agar kewajiban hutangnya yang seharusnya diselesaikan pada tahun tertentu dapat ditunda untuk tahun berikutnya. Upaya seperti ini dilakukan agar perusahaan dapat menggunakan dana itu untuk keperluan lainnya. Walaupun sebenarnya hanya masalah waktu pengakuan (*timing*) kewajiban, hal ini telah mengakibatkan pihak yang ingin mengetahui kondisi perusahaan yang sesungguhnya akan memperoleh dan menggunakan informasi yang keliru sehingga berdampak dalam pengambilan keputusan.
3. *Political cost hypothesis*
Political cost hypothesis yang menyatakan bahwa *“larger firms rather than small firms are more likely to use accounting choices that reduce reported profit”*. Adanya masalah pelanggaran regulasi pemerintah. Ada beberapa regulasi yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan dunia usaha, salah satunya undang-undang perpajakan yang mengatur jumlah pajak yang akan ditarik dari perusahaan berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan selama

periode tertentu. Perusahaan yang memperoleh laba lebih besar akan ditarik pajak yang lebih besar pula begitupun sebaliknya. Kondisi inilah yang membuat manajer untuk mengelola dan mengatur labanya dalam jumlah tertentu agar pajak yang harus dibayarkan menjadi tidak terlalu tinggi, karena manajer, sebagai pengelola tentu tidak ingin kewajiban yang harus diselesaikannya terlalu membebaninya”.

Dari pemaparan yang telah diuraikan di atas untuk meminimalisir penyalahgunaan tanggung jawab yang dilakukan oleh agen, maka harus adanya tindakan – tindakan untuk meminimalkan masalah keagenan ini. Menurut Pearce dan Robinson (2008:60-61), terdapat solusi masalah keagenan yang dapat dilakukan oleh pemilik sebagai berikut:

1. “Pemilik dapat membayarkan premium kepada eksekutif atas jasa mereka. Premium ini membantu eksekutif untuk setia kepada pemegang saham sebagai kunci untuk mencapai target keuangan pribadi mereka.
2. Memberikan kompensasi *backloaded* kepada eksekutif. Hal ini berarti bahwa eksekutif diberikan premium yang tinggi untuk kinerja yang superior di masa mendatang. Tindakan strategis yang diambil pada tahun pertama, yang akan memiliki dampak pada tahun ketiga, akan menjadi dasar pemberian bonus ditahun ketiga. Adanya selisih waktu antara tindakan serta bonus akan memberikan imbalan yang lebih realistis bagi eksekutif atas konsekuensi pengambilan keputusan yang mereka lakukan, mengikat eksekutif ke perusahaan untuk jangka panjang, dan memusatkan aktivitas manajemen strategis ke masa depan.
3. Menciptakan tim eksekutif lintas unit-unit perusahaan yang berbeda dapat membantu memusatkan pengukuran kinerja pada sasaran organisasi dari pada sasaran pribadi. Dengan menggunakan tim eksekutif, kepentingan pemilik sering kali menerima prioritas yang seharusnya”.

2.1.7. Manajemen Laba

2.1.7.1.Pengertian Laba

Salah satu faktor yang menjadi pusat perhatian para pengguna laporan keuangan adalah laba. Laba merupakan bagian dari komponen laporan keuangan

yang tersaji dalam laporan laba rugi, laba memiliki banyak kegunaan diberbagai konteks seperti untuk perpajakan, pembayaran deviden, pengambilan keputusan investasi dan yang lainnya.

Menurut Subramanyam dan Wild (2012:109), laba adalah sebagai berikut:

“Laba, (*income* - disebut juga *earnings* atau *profit*) merupakan ringkasan hasil bersih aktivitas operasi usaha dalam periode tertentu yang dinyatakan dalam istilah keuangan”.

Menurut Case dan Fair (2007:216), laba adalah sebagai berikut:

“Laba merupakan penerimaan total minus biaya total, dan karena biaya total meliputi tingkat penghasilan normal, maka konsep laba juga mempertimbangkan biaya peluang modal. Jika suatu perusahaan menghasilkan tingkat penghasilan di atas normal, perusahaan itu memiliki tingkat laba positif, dan sebaliknya. Ketika laba positif dihasilkan dalam suatu industri, investor baru akan tertarik pada industri tersebut”.

Menurut Harahap (2008:241), laba adalah sebagai berikut:

“Laba adalah jumlah yang berasal dari pengurangan harga pokok produksi, biaya lain, dan kerugian dari penghasilan atau penghasilan operasi”.

Berdasarkan pemaparan beberapa pengertian di atas maka dapat diketahui pengertian laba merupakan kelebihan penghasilan dari transaksi yang terjadi di perusahaan dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan tersebut. Dalam konsep laba pada dasarnya, laba digunakan untuk mengukur prestasi perusahaan, tetapi juga penting sebagai informasi bagi pembagian laba, penentuan kebijakan, pembayaran pajak, zakat, bonus dan pembagian hasil.

2.1.7.2. Manfaat Informasi Laba

Informasi laba sangat berguna bagi pihak internal dan eksternal perusahaan yaitu sebagai acuan yang diambil dalam pengambilan suatu keputusan ekonomi. Informasi laba ini tentu mempunyai manfaat yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan pihak yang berkepentingan.

Menurut Harahap (2008:296), Laba merupakan informasi penting dalam suatu laporan keuangan, jumlah yang tercantum dalam laba sangat berguna untuk:

1. “Perhitungan pajak, berfungsi sebagai dasar pengenaan pajak yang akan diterima negara;
2. Menghitung dividen yang akan dibagikan kepada pemilik dan yang akan ditahan dalam perusahaan;
3. Menjadi pedoman dalam menentukan kebijaksanaan investasi dan pengambilan keputusan;
4. Menjadi dasar dalam peramalan laba maupun kejadian ekonomi perusahaan lainnya di masa yang akan datang;
5. Menjadi dasar dalam perhitungan dan penilaian efisiensi;
6. Menilai prestasi atau kinerja perusahaan/segmen perusahaan/divisi;
7. Perhitungan zakat sebagai kewajiban manusia sebagai hamba kepada tuhan melalui pembayaran zakat kepada masyarakat”.

2.1.7.3. Pengertian Manajemen Laba

Para manajer memiliki fleksibilitas untuk memilih standar akuntansi yang akan digunakan dalam perusahaan hal tersebut merupakan *earnings management* digunakan untuk mempengaruhi tingkat pendapatan pada suatu waktu tertentu dengan tujuan untuk memberikan keuntungan bagi manajemen dan pemangku kepentingan (*stakeholder*).

Menurut Kieso, Weygandt dan Warfield (2014:137), manajemen laba adalah sebagai berikut:

“Earnings management it is often defined as the planned timing of revenues, expenses, gains, and losses to smooth out bumps in earnings. in most cases, companies use earnings management to increase income in the current year at the expenses of income in future years”.

Menurut Wolk et al. (2012:496), manajemen laba adalah sebagai berikut:

“Earnings management is defined as “ a purposeful intervention in the external financial reporting process, with the intention of obtaining some private gain (a opposed to say, merely facilitating the neutral operation of the process)”.

Selanjutnya menurut Sulistyanto (2008:51), manajemen laba adalah sebagai berikut:

“Manajemen laba merupakan upaya untuk merekayasa angka-angka dalam laporan keuangan dengan mempermainkan metode dan prosedur akuntansi yang digunakan perusahaan”.

Selanjutnya menurut Nasional Association of Certified Fraud Examiners dalam Sulistyanto (2008:49), manajemen laba adalah sebagai berikut:

“Earnings management is the intentional, deliberate, misstatement or omission of material facts, or accounting data, which is misleading and, when considered with all the information made available, would cause the reader to change or alter his or judgement or decision”.

Berdasarkan pemaparan beberapa pengertian di atas maka dapat diketahui bahwa manajemen laba merupakan upaya yang dilakukan oleh manajer perusahaan untuk merekayasa angka-angka dalam laporan keuangan dengan mempermainkan metode dan prosedur akuntansi sesuai dengan standar akuntansi yang berlaku umum. Hal tersebut dilakukan untuk mengurangi gejala laba.

Menurut Sulistyanto (2008:51-52), mengungkapkan bahwa pada dasarnya apa yang dilakukan oleh manajer dalam merekayasa metode dan prosedur akuntansi untuk mengurangi gejolak laba tersebut dapat diterima, sejauh yang dilakukan oleh manajer masih dalam ruang lingkup prinsip akuntansi yang berterima umum. Atau dengan kata lain, apabila manajemen laba yang dilakukan seorang manajer merupakan “permainan” memilih metode dan standar akuntansi yang sesuai dengan kebutuhannya dan diungkapkan dalam laporan keuangan, maka tindakan ini tidak dikategorikan sebagai kecurangan. Pada dasarnya standar akuntansi hanya mensyaratkan agar semua perubahan metode dan prosedur akuntansi yang dilakukan oleh manajer dapat diungkapkan dengan jelas dalam laporan keuangan, khususnya dalam catatan kakinya, sebagai informasi yang menyertai laporan keuangan maka catatan kaki merupakan media untuk menginformasikan segala sesuatu yang diperlukan agar informasi dalam laporan keuangan menjadi lebih jelas. Tujuan pengungkapan itu agar apa yang dilakukan oleh manajer dapat diketahui oleh orang lain terutama oleh orang-orang yang memahami bahwa hal itu secara resmi diakui dan diterima oleh prinsip akuntansi.

Banyak pendapat mengenai apakah manajemen laba ini memang boleh dilakukan apa tidak. Hal ini diungkapkan oleh Kieso, Weygandt dan Warfield (2014:137), sebagai berikut:

“Such earnings management negatively affects the quality of earnings if it distorts the information in a way that is less useful for predicting future earnings and cash flows. markets rely on trust. the bond between shareholders and the company must remain strong. investors or others losing faith in the numbers reported in the financial statements will damage capital markets”.

Selanjutnya menurut Sulistyanto (2008:54) sebagai berikut:

“Maka secara singkat manajemen laba dapat dikatakan sebagai perilaku manajer untuk bermain-main dengan komponen akrual yang *discretionary* untuk menentukan besar kecilnya laba, sebab standar akuntansi memang menyediakan berbagai alternatif metode dan prosedur yang bisa dimanfaatkan. Upaya ini diakui dan diperbolehkan dalam standar akuntansi selama apa yang dilakukan perusahaan diungkapkan secara jelas dalam laporan keuangan. Meski kewajiban untuk mengungkapkan semua metode dan prosedur akuntansi ini belum mampu untuk mengeliminasi upaya-upaya curang manajer untuk memaksimalkan keuntungan untuk dirinya sendiri”.

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa manajemen laba boleh dilakukan sepanjang dalam pelaksanaannya menggunakan metode atau prosedur akuntansi sebagai alternatif dalam pengelolaan laba. Selain itu manajemen laba boleh dilakukan dengan syarat harus diungkapkan dalam laporan keuangan sebagai bentuk transparansi bagi para pihak yang berkepentingan agar pelaksanaannya diketahui, hal ini dilakukan agar informasi yang diberikan tidak menyesatkan. Terlepas dari diperbolehkan dan tidaknya kekurangan dalam manajemen laba ini yaitu informasi laporan keuangan yang dihasilkan perusahaan menjadi tidak menunjukkan kondisi yang sebenarnya mengenai kinerja perusahaan pada periode berjalan.

2.1.7.4. Motivasi Manajemen Laba

Dalam melakukan manajemen laba tidak terlepas dari adanya dorongan kepentingan berbagai pihak agar laporan keuangan yang disajikan sesuai dengan apa yang diharapkan. Menurut Scott (2000) dalam Miratussany (2015:45), motivasi manajemen melakukan praktik manajemen laba sebagai berikut:

1. *“Other Contractual Motivations*
Secara umum, untuk memenuhi kewajiban-kewajiban kontraktor, termasuk perjanjian hutang (*debts covenants*).
2. *To Communicate Information to Investors*
Investor akan melihat kebijakan akuntansi yang dipilih ketika mengevaluasi dan membandingkan laba.
3. *Political Motivations*
Untuk mengurangi biaya politik dan pengawasan dari pemerintah, untuk memperoleh kemudahan dan fasilitas pemerintah seperti subsidi dan perlindungan dari pesaing luar negeri, untuk meminimalkan tuntutan serikat buruh, yang dilakukan dengan cara menurunkan laba.
4. *Taxations Motivations*
Manajemen laba dilakukan dengan tujuan untuk melakukan penghematan pajak, yaitu dengan memperkecil perolehan laba sehingga mengakibatkan apa yang dibayar kepada pemerintah akan lebih dari yang seharusnya.
5. *Changes of Chief Executive Officer (CEO)*
CEO yang mendekati akhir masa jabatan, cenderung untuk melakukan *income maximization* untuk meningkatkan bonusnya.
6. *Initial Publik Offerings (IPO)*
Perusahaan yang akan melakukan penawaran saham perdana (*IPO*), cenderung melakukan *income increasing* untuk menarik calon investor”.

2.1.7.5. Jenis-jenis Manajemen Laba

Terdapat beberapa jenis manajemen laba yang diungkapkan oleh para ahli. Meskipun terdapat berbagai jenis yang berbeda tujuan yang ingin dicapai tetap sama yaitu agar informasi laba yang dihasilkan dianggap baik oleh para pihak yang berkepentingan. Menurut Scott (2000:383) dalam Miratussany (2015:43), ada empat macam pola dalam melakukan manajemen laba:

1. *“Taking Bath*
Mengatur laba tahun berjalan menjadi sangat tinggi atau sangat rendah dibanding dengan tahun sebelumnya atau tahun yang akan datang. Pola semacam ini sering ditemukan pada organisasi yang mengalami masalah (*organization stress*). Misalnya, jika manajemen harus melaporkan kerugian, maka manajemen akan melaporkan kerugian tersebut dalam jumlah yang besar. Dengan tindakan ini manajemen berharap dapat meningkatkan laba pada periode yang akan datang dan manajemen dapat penilaian yang baik dari para pemilik. Hal ini terutama terjadi ketika akan

pemilihan manajemen baru sehingga kesalahan kerugian dibebankan kepada manajemen yang lama.

2. *Income Minimization*

Dilakukan pada saat perusahaan mengalami tingkat laba yang tinggi sehingga jika laba pada periode mendatang diperkirakan turun drastis dapat diatasi dengan mengambil laba dari periode sebelumnya. Selain itu, tujuannya untuk penghematan kewajiban pajak yang harus dibayar karena semakin rendah laba yang dilaporkan semakin rendah pula jumlah pajak yang harus dibayar.

3. *Income Maximization*

Dalam hal ini manajer akan meningkatkan laba dengan tujuan tertentu, misalnya menjelang penjualan saham perdana (*IPO=Initial Public Offering*), manajemen akan menaikkan labanya dengan harapan akan memperoleh reaksi positif dari pasar (calon pemegang saham) dan ini menunjukkan bahwa perusahaan sangat potensial untuk mendatangkan keuntungan/laba, sehingga sahamnya akan laku dipasar modal. Di samping itu, tindakan atas pemaksimalan laba ini bertujuan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar.

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”.

2.1.8. Perataan Laba

2.1.8.1. Pengertian Perataan Laba

Informasi laba yang ada pada laporan keuangan dalam komponen laporan laba rugi menjadi informasi yang sangat penting bagi para pengguna laporan keuangan. Informasi perolehan laba yang stabil dari periode ke periode dianggap lebih menarik bagi para investor dari pada perolehan laba yang berfluktuasi berlebihan pada suatu periode. Upaya yang dilakukan manajer untuk menggambarkan laba yang stabil yaitu dengan praktik perataan laba (*income smoothing*).

Menurut Subramanyam dan Wild (2012:132), perataan laba adalah sebagai berikut:

“Perataan laba merupakan bentuk umum manajemen laba. Pada strategi ini, manajer meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasinya”.

Menurut Sale (2005:54), *Income smoothing* adalah sebagai berikut:

"As a form of signaling whereby managers use their discretion over the choice among accounting alternatives within generally accepted accounting principles so as to minimize fluctuations of earnings over time around the trend they believe best reflects their views of investors expectations of the company's future performance".

Selanjutnya menurut Belkaoui (2007:192), perataan laba adalah sebagai berikut:

“Perataan dari laba yang dilaporkan dapat didefinisikan sebagai pengurangan atau fluktuasi yang disengaja terhadap beberapa tingkatan laba yang saat ini dianggap normal oleh perusahaan. Dengan pengertian ini, perataan mencerminkan suatu usaha dari manajemen perusahaan untuk menurunkan variasi yang abnormal dalam laba sejauh yang diizinkan oleh prinsip-prinsip akuntansi dan manajemen yang baik”.

Berdasarkan pemaparan beberapa pengertian di atas dapat diketahui pengertian perataan laba (*income smoothing*) merupakan upaya yang dilakukan manajer perusahaan dalam memilih alternatif akuntansi dan prinsip akuntansi yang berlaku umum untuk mengurangi fluktuasi laba yang berlebihan dari waktu ke waktu agar laba terlihat stabil. Maka cara yang dilakukan yaitu dengan menahan laba dalam satu periode dan dialihkan ke periode yang lain.

2.1.8.2.Motivasi Perataan Laba

Para manajer tentunya ingin memperlihatkan kinerja keuangan yang baik. Suatu angka laba yang menguntungkan dapat mempengaruhi investor, dan posisi likuiditas yang kuat dapat mempengaruhi kreditor. Akan tetapi angka laba yang terlalu menguntungkan dapat memberi amunisi kepada para negosiator serikat pekerja dan pembuat kebijakan pemerintah selama membicarakan tawar-menawar. Oleh sebab itu, para manajer mungkin memiliki motif laba yang berbeda-beda tergantung pada waktu dan siapa yang ingin mereka pengaruhi. Menurut Moses dalam Kieso, Weygandt dan Warfield (2014:1146), motivasi untuk mengubah metode akuntansi salah satunya untuk memperlancar laba, sebagai berikut:

“Kenaikan laba yang substansial dapat mengundang perhatian dari para politisi, pembuat peraturan, dan pesaing. Selain itu, kenaikan laba yang besar juga dapat menciptakan masalah bagi manajemen karena hasil yang sama akan sulit dicapai pada tahun berikutnya. Rencana kompensasi eksekutif akan menggunakan angka yang tinggi ini sebagai dasar dan hal ini akan meyulitkan manajemen dalam memperoleh bonus pada tahun tahun berikutnya. Sebaliknya penurunan laba yang besar mungkin akan dilihat sebagai tanda bahwa perusahaan sedang berada dalam kesulitan keuangan. selain itu, penurunan laba yang tajam dapat menimbulkan pertanyaan bagi pemegang saham, pemberi pinjaman, dan pihak-pihak berkepentingan lainnya mengenai kompetensi manajemen. Jadi, perusahaan memiliki insentif untuk “mengelola” dan “memperlancar” laba. oleh karenanya manajemen yakin bahwa pertumbuhan yang konstan sebesar 10% per tahun adalah lebih baik daripada pertumbuhan 30% dalam satu tahun dan menurun 10% pada tahun berikutnya. Dengan kata lain, manajemen biasanya menyukai laporan kenaikan laba secara bertahap (sering kali dinyatakan sebagai pemulusan laba) dan kadangkala mengubah metode akuntansi untuk memastikan hasil semacam itu”.

Menurut Belkaoui (2007:193) mengusulkan bahwa motivasi perataan laba yaitu:

1. “Kriteria yang dipakai oleh manajemen perusahaan dalam memilih prinsip-prinsip akuntansi adalah untuk memaksimalkan kegunaan dan kesejahteraannya.
2. Kegunaan yang sama 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”.

Berdasarkan pemaparan di atas bahwa motivasi perataan laba mendorong perlunya suatu perataan, seperti yang ditegaskan Belkaoui (2007:193) sebagai berikut:

“Jika dinyatakan bahwa keempat motivasi diatas diterima atau diketahui benar, selanjutnya berarti manajemen akan berada dalam batas kekuatannya, yaitu, batasan yang diatur dalam aturan akuntansi, untuk (1) meratakan pendapatan yang dilaporkan dan (2) meratakan tingkat pertumbuhan pendapatan. Melalui perataan tingkat pertumbuhan dalam pendapatan, kami mengartikan sebagai berikut: jika tingkat pertumbuhan tinggi, praktik akuntansi yang menurunkannya harus diterapkan, dan demikian pula sebaliknya”.

Menurut Belkaoui (2007:193), mempertimbangkan ada dua alasan manajemen meratakan laporan laba adalah sebagai berikut:

“Pendapat pertama 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 tingkat risiko perusahaan secara keseluruhan. Argumen kedua berkenaan pada perataan kemampuan untuk melawan hakikat laporan laba yang bersifat siklus dan kemungkinan juga akan menurunkan korelasi antara ekspektasi pengembalian perusahaan dengan pengembalian portofolio pasar”.

Menurut Belkaoui (2007:194), ada tiga batasan yang mungkin memengaruhi para manajer untuk melakukan perataan laba:

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

2.1.8.3.Objek Perataan Laba

Menurut Belkaoui (2007:194), pada dasarnya objek perataan seharusnya didasarkan pada indikator keuangan yang paling mungkin dan paling digunakan, yaitu laba. Karena perataan laba bukanlah suatu fenomena yang terlihat, literatur memperkirakan berbagai bentuk pernyataan keuntungan sebagai objek perataan yang paling mungkin. Pernyataan tersebut meliputi:

1. “Indikator berdasarkan laba bersih, biasanya sebelum hal-hal luar biasa dan sebelum atau sesudah pajak.
2. Indikator berdasarkan laba per saham, biasanya sebelum keuntungan dan kerugian luar biasa dan disesuaikan untuk pemecahan saham dan dividen.

Para peneliti memilih indikator laba bersih atau laba per saham sebagai objek perataan karena keyakinan bahwa perhatian jangka panjang manajemen adalah terhadap laba bersih dan para pengguna laporan keuangan biasanya melihat pada angka paling akhir, baik laba maupun laba per saham. Ini merupakan alasan yang disederhanakan karena mungkin manajemen merasa perlu dan lebih praktis untuk meratakan penjualan dan komite penjualan yang tetap memiliki perataan biaya secara lebih fleksibel. Sama halnya juga, sebuah perusahaan dengan suatu kendali yang baik atas biaya-biayanya dapat merasa lebih praktis untuk meratakan pendapatan penjualannya”.

2.1.8.4. Dimensi Perataan Laba

Menurut Belkaoui (2007:195), dimensi perataan laba pada dasarnya adalah alat yang digunakan untuk menyelesaikan perataan angka pendapatan. Dimensi perataan laba dibedakan menjadi dua antara perataan riil dan perataan artifisial sebagai berikut:

“Perataan riil mengacu pada transaksi yang terjadi maupun tidak terjadi dalam hal pengaruh perataannya terhadap pendapatan, di mana perataan artifisial mengacu pada prosedur akuntansi yang diimplementasikan terhadap pergeseran biaya dan/atau pendapatan dari satu periode ke periode yang lain”.

Menurut Belkaoui (2007:195), perataan artifisial adalah sebagai berikut:

“Perataan laba mencakup seleksi pengukuran akuntansi dan aturan pelaporan secara berulang-ulang pada suatu pola tertentu, pengaruhnya adalah untuk melaporkan aliran pendapatan dengan variasi yang lebih kecil dari tren dibanding terhadap kejadian yang sebaliknya”.

Suatu klasifikasi yang populer menambahkan dimensi perataan ketiga, yang dinamakan perataan klasifikasi. Menurut Barnea *et al* (1976) dalam Belkaoui (2007:196) membedakan 3 (tiga) dimensi perataan tersebut sebagai berikut:

1. “Perataan melalui adanya kejadian dan/atau pengakuan
Manajemen dapat menentukan waktu transaksi aktual terjadi sehingga pengaruhnya terhadap pelaporan pendapatan 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 peristiwa, manajemen memiliki kendali yang lebih bebas terhadap determinasi atas periode-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 riil berkaitan dengan perataan melalui terjadinya peristiwa dan/atau pengakuan, sementara perataan artifisial berkaitan dengan perataan melalui alokasi dari waktu ke waktu (Belkaoui, 2007:196). Adapun dalam penelitian ini dimensi yang digunakan yaitu perataan artifisial dimana perataan yang dilakukan mengacu pada prosedur akuntansi yang diimplementasikan terhadap pergeseran biaya dan/atau pendapatan dari satu periode ke periode yang lain.

2.1.8.5. Pengukuran Perataan Laba

Untuk mengidentifikasi perusahaan yang melakukan perataan laba yaitu dengan menggunakan Indeks Eckel (1981). Menurut Eckel (1981) dalam Iskandar dan Suardana (2016), digunakan Indeks Eckel dengan rumusan sebagai berikut:

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

Dimana:

- ΔI : Perubahan laba dalam satu periode
- ΔS : Perubahan penjualan dalam satu periode
- $CV\Delta I$: Koefisien variasi untuk perubahan laba
- $CV\Delta S$: Koefisien variasi untuk perubahan penjualan

$CV\Delta S$ atau $CV\Delta I$ dapat dihitung sebagai berikut:

$$CV\Delta S \text{ atau } CV\Delta I = \sqrt{\frac{\sum(\Delta x - \Delta X)^2}{n-1}} : \Delta X$$

Dimana:

- Δx : Perubahan penghasilan bersih/laba (I) atau penjualan (S) antara tahun $n-1$
 ΔX : rata-rata perubahan penghasilan bersih/laba (I) atau penjualan (S) antara tahun $n-1$
 n : banyaknya tahun yang diamati

Dalam penelitian ini, pengukuran perataan laba menggunakan indeks Eckel, penggunaan metode Eckel digunakan untuk mengetahui suatu perusahaan yang melakukan perataan laba dan yang tidak melakukan perataan laba. Alasan pemilihan indeks Eckel adalah sebagai berikut:

1. Indeks Eckel ini banyak digunakan oleh penelitian terdahulu untuk mengetahui perusahaan perata laba dan yang bukan perata laba.
2. Dihitung dengan nilai penjualan dan laba bersih (laba setelah pajak) dimana kedua nya merupakan objek perataan laba, selain itu laba yang digunakan dalam metode Eckel ini adalah laba yang sebenarnya terjadi.

Menurut Ashari dkk (1994), Jin dan Machfoedz (1998) dalam Indarti dan Fitria (2015), ada beberapa alasan mengapa indeks Eckel dipilih sebagai petunjuk terjadi atau tidaknya perataan laba. Alasan tersebut antara lain:

1. “Obyektif dan berdasarkan pada statistik dengan pemisahan yang jelas antara perusahaan yang melakukan perataan laba atau tidak.
2. Mengukur terjadinya praktik perataan laba tanpa memaksakan prediksi pendapatan, pembuatan model dari laba yang diharapkan, pengujian biaya atau pertimbangan yang subyektif.
3. Mengukur perataan laba dengan menjumlahkan pengaruh dari beberapa variabel dari perata laba yang potensial dan menyelidiki pola dari perilaku perataan laba selama periode waktu tertentu”.

2.1.9. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba

Telah banyak dilakukan oleh peneliti dalam maupun luar negeri mengenai beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perataan laba (*Income Smoothing*), diantaranya terdapat ukuran perusahaan, profitabilitas, *winner/loser stock*, kelompok usaha dan lainnya. Adapun menurut Juniarti dan Corolina (2005), faktor tersebut tersaji dalam tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2
Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba

No.	Faktor yang Berpengaruh	Peneliti (Tahun)
1	Besaran Perusahaan: Total Aktiva	Moses (1987), Albretch (1990)
2	Profitabilitas	Archibald (1967); White (1970); Ashari, dkk.(1994); Carlson dan Chenchuramaiah (1997), Jatiningrum (2000)
3	Kelompok Usaha	Belkaoui dan Picur (1984); Albretch dan Richardson (1990); Ashari, dkk. (1994)
4	<i>Winner/losser stocks</i>	Prasetio et. al. (2002)
5	Kebangsaan	Ashari, dkk. (1994)
6	Harga Saham	Ilmainir (1993)
7	Perbedaan laba aktual dan laba normal	Ilmainir (1993)
8	Kebijakan akuntansi mengenai laba	Ilmainir (1993)
9	<i>Leverage Operasi</i>	Zuhroh (1996); Jin dan Machfoez (1998)

(Sumber: Juniarti dan Corolina, 2005).

2.1.10. Penelitian Terdahulu

Dalam proses penyusunan suatu penelitian perlu adanya landasan teori yang relevan dari hasil penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya oleh para peneliti. Maka untuk menyempurnakan penyusunan kerangka pemikiran

yang baik perlu adanya hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai pendukung dalam pengajuan hipotesis yang akan diungkapkan, maka berikut beberapa hasil penelitian terdahulu mengenai faktor yang mempengaruhi perataan laba:

Tabel 2.3
Penelitian Terdahulu

No	Tahun	Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1.	2005	Antariksa Budileksmana dan Eka Andriani	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba Pada Perusahaan-perusahaan di Bursa Efek Jakarta	Ukuran perusahaan (X_1), risiko perusahaan (X_2), profitabilitas (X_3), <i>Leverage</i> operasi (X_4). Perataan laba (Y)	Risiko perusahaan dan profitabilitas berpengaruh signifikan, sedangkan ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> operasi tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.
2.	2009	IGAN Budiasih	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Praktik Perataan Laba	Ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2), <i>financial leverage</i> (X_3), dan <i>dividend payout ratio</i> (X_4). Perataan laba (Y)	Ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>dividend payout ratio</i> berpengaruh positif signifikan, sedangkan <i>financial leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba.
3.	2010	Winahyu Febrika Sari dan Dr. Widyatmini	Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>ROA</i> , <i>Net Profit Margin</i> , dan <i>Financial Leverage</i> Terhadap Tindakan Perataan Laba	Ukuran perusahaan (X_1), <i>ROA</i> (X_2), <i>net profit margin</i> (X_3), dan <i>financial leverage</i> (X_4). Perataan laba (Y)	Ukuran perusahaan dan <i>net profit margin</i> berpengaruh terhadap tindakan perataan laba, sedangkan <i>ROA</i> , dan <i>financial leverage</i> tidak berpengaruh terhadap tindakan perataan laba.
4.	2010	Muhammad Arfan dan	Pengaruh <i>Firm Size</i> ,	<i>Firm size</i> (X_1), <i>winner/loser</i>	<u>Secara simultan</u> : <i>Firm size</i> , <i>winner/loser stock</i> ,

		Desry Wahyuni	<i>Winner/Loser Stock</i> , dan <i>Debt To Equity Ratio Terhadap Perataan Laba</i>	<i>stock</i> (X_2), dan <i>debt to equity ratio</i> (X_3). Perataan laba (Y)	dan <i>debt to equity ratio</i> berpengaruh terhadap perataan laba. <u>Secara parsial</u> : <i>Firm size</i> , <i>winner/loser stock</i> , berpengaruh positif, sedangkan <i>debt to equity ratio</i> tidak berpengaruh positif terhadap perataan laba.
5.	2010	Yosika Tri Santoso	Analisis Pengaruh <i>NPM</i> , <i>ROA</i> , <i>Company Size</i> , <i>Financial Leverage</i> , dan <i>DER Terhadap Praktek Perataan Laba</i>	<i>NPM</i> (X_1), <i>ROA</i> (X_2), <i>company size</i> (X_3), <i>financial leverage</i> (X_4), dan <i>DER</i> (X_5). Perataan laba (Y)	<u>Secara simultan</u> : <i>NPM</i> , <i>ROA</i> , <i>company Size</i> , <i>financial Leverage</i> , dan <i>DER</i> berpengaruh terhadap praktek perataan laba. <u>Secara parsial</u> : <i>NPM</i> , <i>financial Leverage</i> , dan <i>DER</i> berpengaruh terhadap praktek perataan laba, sedangkan <i>ROA</i> , <i>company Size</i> , tidak berpengaruh terhadap praktek perataan laba.
6.	2013	Harris Prasetya dan Shiddiq Nur Rahardjo	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, <i>Financial Laverage</i> , Kalsifikasi KAP dan Likuiditas terhadap Praktik Perataan Laba	Ukuran Perusahaan (X_1), Profitabilitas (X_2), <i>Financial Laverage</i> (X_3), Kalsifikasi KAP (X_4), dan Likuiditas (X_5). Perataan Laba (Y)	Ukuran perusahaan tidak berpengaruh, profitabilitas dan likuiditas berpengaruh signifikan, <i>financial laverage</i> berpengaruh positif signifikan, klasifikasi KAP tidak berpengaruh signifikan.

7.	2013	I Nyoman Ari Widana dan Gerianta Wirawan Yasa	Perataan Laba Serta Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya	Ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2), <i>dividend payout ratio</i> (X_3), <i>net profit margin</i> (X_4), dan <i>financial leverage</i> (X_5). Perataan laba (Y)	Ukuran perusahaan, <i>dividend payout ratio</i> , dan <i>financial leverage</i> tidak berpengaruh signifikan, sedangkan profitabilitas (Diproksikan dengan ROA) dan <i>net profit margin</i> berpengaruh positif signifikan terhadap tindakan perataan laba.
8.	2013	Sutrisno	Analisis Pengaruh Karakteristik Perusahaan terhadap Tindakan Perataan Laba	Ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (ROA) (X_2), <i>net profit margin</i> (X_3), <i>leverage operasi</i> (X_4), <i>debt to equity ratio</i> (X_5), <i>dividend payout ratio</i> (X_6). Perataan laba (Y).	Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan, profitabilitas dan <i>net profit margin</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap perataan laba, sedangkan <i>leverage operasi</i> , <i>DER</i> , dan <i>dividend payout ratio</i> tidak berpengaruh terhadap tindakan perataan laba.
9.	2014	Ria Monix, Rina Arifati, dan Abrar Oemar	Pengaruh Struktur Kepemilikan Manajerial, Profitabilitas, <i>Dividend Payout Ratio</i> , <i>Free Cash Flow</i> , Struktur Aset, dan <i>Leverage Operasi</i> Terhadap Praktik Perataan Laba	Struktur kepemilikan manajerial (X_1), profitabilitas (X_2), <i>dividend payout ratio</i> (X_3), <i>free cash flow</i> (X_4), struktur aset (X_5), dan <i>leverage operasi</i> (X_6). Perataan Laba (Y)	Struktur kepemilikan manajerial, profitabilitas, dan struktur aset berpengaruh positif terhadap perataan laba sedangkan <i>free cash flow</i> berpengaruh negatif terhadap perataan laba dan <i>leverage operasi</i> , <i>dividend payout ratio</i> tidak berpengaruh terhadap perataan laba.
10.	2015	Syidhatus Zuhriya dan Wahidahwati	Perataan Laba dan Faktor-Faktor yang	Ukuran perusahaan (X_1), <i>financial</i>	ROA dan <i>financial leverage</i> berpengaruh positif, ukuran

			Mempengaruhi Perusahaan Manufaktur di BEI	<i>leverage</i> (X_2), ROA (X_3), NPM (X_4), OPM (X_5), risiko saham (X_6), PBV (X_7). Perataan laba (Y)	perusahaan, NPM, OPM, PBV, dan risiko saham tidak berpengaruh positif terhadap perataan laba.
11.	2015	Alifia Yuliandri Putri, Sri Rahayu, dan Siska Priyandani Yudowati	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, dan <i>Leverage</i> Terhadap Praktik Perataan Laba	Ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2), dan <i>leverage</i> (X_3). Perataan laba (Y)	<u>Secara simultan:</u> ukuran perusahaan, profitabilitas (diproksikan dengan ROA), <i>leverage</i> , memiliki pengaruh signifikan terhadap praktik perataan laba. <u>Secara parsial:</u> ukuran perusahaan tidak memiliki pengaruh signifikan, sedangkan profitabilitas (diproksikan dengan ROA) dan <i>leverage</i> memiliki pengaruh signifikan terhadap perataan laba.
12.	2016	Andhika Fajar Iskandar dan Ketut Alit Suardana	Pengaruh Ukuran Perusahaan, <i>Return On Asset</i> , dan <i>Winner/Loser Stock</i> Terhadap Praktik Perataan laba	Ukuran perusahaan (X_1), <i>return on asset</i> (X_2), dan <i>winner/loser stock</i> (X_3). Perataan laba (Y)	Ukuran perusahaan dan <i>return on asset</i> berpengaruh, sedangkan <i>winner/loser stock</i> tidak berpengaruh terhadap praktik perataan laba.
13.	2016	I Made Arya Dwiputra dan I Ketut Suryanawa	Pengaruh <i>Return On Asset</i> , <i>Net Profit Margin</i> , <i>Debt To Equity Ratio</i> dan <i>Size</i>	<i>Return on asset</i> (X_1), <i>net profit margin</i> (X_2), <i>debt to equity ratio</i> (X_3) dan <i>size</i> (X_4).	<i>Return on asset</i> dan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap praktik perataan laba. Sedangkan <i>net profit</i>

			pada Perataan Laba	Perataan Laba (Y)	<i>margin</i> dan <i>debt to equity ratio</i> berpengaruh terhadap praktik perataan laba.
14.	2016	Supriyanto, Kharis Raharjo dan Rita Andini	<i>Analysis Of Factors Affecting The Alignment Of Income</i>	Ukuran perusahaan (X_1), profitabilitas (X_2), <i>dividend payout ratio</i> (X_3), <i>net profit margin</i> (X_4), <i>leverage</i> (X_5), reputasi auditor (X_6), kepemilikan institusional (X_7). Perataan Laba (Y)	Profitabilitas, <i>dividend payout ratio</i> , <i>net profit margin</i> , <i>leverage</i> berpengaruh negatif terhadap perataan laba. Sedangkan Ukuran perusahaan, reputasi auditor, dan kepemilikan institusional tidak berpengaruh terhadap perataan laba.

(Sumber: Data yang diolah kembali oleh penulis)

2.2. Kerangka Pemikiran

2.2.1. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Perataan Laba

Ukuran perusahaan merupakan variabel kontrol yang dipertimbangkan dalam banyak penelitian keuangan. Hal ini disebabkan dugaan banyaknya keputusan/hasil keuangan dipengaruhi oleh ukuran perusahaan (Asnawi dan Wijaya, 2005:274). Mengacu pada Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pasal 1(satu) kriteria ukuran perusahaan terbagi menjadi empat yaitu usaha mikro, kecil, menengah, dan usaha besar. Besar kecilnya ukuran perusahaan terlihat dari total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan.

Dalam hubungannya dengan perataan laba, bahwa diduga perusahaan besar mempengaruhi manajer untuk melakukan pengelolaan laba, hal ini didasari

karena adanya hipotesis biaya politik yang diungkapkan oleh Sulistyanto (2008:47), sebagai berikut:

“Larger firms rather than small firms are more likely to use accounting choices that reduce reported profit. Adanya masalah pelanggaran regulasi pemerintah. Ada beberapa regulasi yang dikeluarkan pemerintah yang berkaitan dengan dunia usaha, salah satunya undang-undang perpajakan yang mengatur jumlah pajak yang akan ditarik dari perusahaan berdasarkan laba yang diperoleh perusahaan selama periode tertentu. Perusahaan yang memperoleh laba lebih besar akan ditarik pajak yang lebih besar pula begitupun sebaliknya. Kondisi inilah yang membuat manajer untuk mengelola dan mengatur labanya dalam jumlah tertentu agar pajak yang harus dibayarkan menjadi tidak terlalu tinggi, karena manajer, sebagai pengelola tentu tidak ingin kewajiban yang harus diselesaikannya terlalu membebaninya”.

Ukuran perusahaan yang besar mampu mendorong perusahaan untuk melakukan perataan laba, hal ini diungkapkan oleh penelitian Moses (1987) dalam Iskandar dan Suardana (2016), menemukan bukti empiris bahwa perusahaan dengan *size* besar mempunyai insentif yang besar untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil, karena perusahaan yang memiliki aktiva dalam jumlah besar akan lebih diperhatikan oleh publik dan pemerintah. Oleh karena itu perusahaan besar akan menghindari kenaikan laba secara drastis supaya terhindar dari kenaikan pembebanan biaya oleh pemerintah. Sebaliknya penurunan laba secara drastis memberikan sinyal bahwa perusahaan dalam masa krisis.

Menurut penelitian Budileksmana dan Andriani (2005), mengungkapkan bahwa semakin besar perusahaan maka biaya yang dibebankan pemerintah terhadap perusahaan tersebut semakin besar karena biaya tersebut dianggap sesuai dengan kemampuan perusahaan. Oleh karena itu, untuk meminimalkan biaya

tersebut, maka perusahaan cenderung untuk melakukan praktik perataan laba dengan menunda laba saat ini ke periode yang akan datang.

Menurut penelitian Yudowati et al, (2015) menegaskan bahwa perusahaan yang berukuran besar memiliki kecenderungan lebih besar untuk melakukan perataan laba dikarenakan perusahaan yang besar umumnya akan mendapat lebih banyak perhatian dari berbagai pihak. Akibatnya perusahaan akan memilih perataan laba untuk menghindari fluktuasi laba yang drastis, karena berpengaruh terhadap pajak perusahaan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Sutrisno (2013) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap perataan laba, selanjutnya hasil penelitian Sari dan Widyatmini (2010), menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap perataan laba, dua penelitian di atas sejalan dengan hasil penelitian Arfan dan Wahyuni (2010), menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap perataan laba. Putri et al (2015) menyimpulkan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap perataan laba.

2.2.2. Pengaruh *Return On Asset* Terhadap Perataan Laba

Return on asset merupakan bagian dari kelompok rasio profitabilitas yang digunakan sebagai tolak ukur untuk menilai kinerja keuangan suatu perusahaan. Jika *return on asset* tinggi menunjukkan efisiensi manajemen aset, yang berarti efisiensi manajemen dimana hal ini menunjukkan bahwa kinerja perusahaan baik.

Maka dalam hubungannya dengan perataan laba, Sulistyanto (2008:84), mengungkapkan bahwa :

“Perataan laba dipilih pada saat periode pengawasan perusahaan mempunyai kinerja yang relatif fluktuatif antara tinggi dan rendah. Pola perataan laba ini dipilih agar kinerja perusahaan tidak terlalu tinggi atau terlalu rendah, yang penting perusahaan tidak dikenal kebijakan degradasi pencataan saham”.

Berdasarkan pemaparan di atas menunjukkan bahwa *return on asset* yang terlalu tinggi atau rendah mempengaruhi manajer melakukan perataan laba. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Zuhriya dan Wahidahwati (2015), mengungkapkan bahwa *return on asset* menunjukkan kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba dengan memanfaatkan aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasi. Semakin besar perubahan ROA menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba. Hal ini mempengaruhi investor dalam memprediksi laba dan memprediksi risiko dalam investasi, sehingga memberikan dampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan. Sehubungan dengan itu, manajemen termotivasi untuk melakukan praktik perataan laba agar laba yang dilaporkan tidak berfluktuatif, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor.

Penelitian Assih dkk., (2000) dalam Budiasih (2009), mengungkapkan bahwa *return on assets* (ROA) merupakan ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan, yang mempengaruhi investor untuk membuat keputusan. Perusahaan yang memiliki ROA yang lebih tinggi cenderung melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan yang lebih rendah

karena manajemen tahu akan kemampuan untuk mendapatkan laba pada masa mendatang sehingga memudahkan dalam menunda atau mempercepat laba.

Menurut Suwito Arleen (2005) dalam Prasetya dan Rahardjo (2013), profitabilitas merupakan ukuran penting untuk menilai sehat atau tidaknya perusahaan mempengaruhi investor untuk membuat keputusan. Semakin besar tingkat profitabilitas perusahaan yang diproksikan dengan ROA maka semakin besar peluang perusahaan mengalami penurunan profitabilitas di masa yang akan datang sehingga semakin besar perusahaan mengalami fluktuatif pendapatan yang menyebabkan ketidakstabilan perusahaan dalam memperoleh pendapatan, sehingga semakin besar ROA perusahaan maka semakin besar manajer perusahaan melakukan praktik perataan laba untuk menjaga kestabilan perusahaan dalam suatu pengambilan keputusan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan Widana dan Yasa (2013), menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif signifikan terhadap perataan laba. Santoso (2010), dan Iskandar dan Suardana (2016), menyimpulkan bahwa *return on asset* berpengaruh terhadap perataan laba. Monix et al. (2014), menyimpulkan bahwa profitabilitas yang diproksikan dengan ROA berpengaruh positif terhadap perataan laba.

2.2.3. Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Perataan Laba

Net profit margin adalah rasio yang menghitung sejauh mana kemampuan perusahaan menghasilkan laba bersih pada tingkat penjualan tertentu (Hanafi dan Halim, 2009:83). Menurut Rudianto (2013:192), menyatakan bahwa rasio ini

berguna untuk mengukur tingkat efektivitas perusahaan dalam menghasilkan keuntungan dengan melihat besarnya laba bersih setelah pajak dalam hubungannya dengan penjualan.

Dalam hubungannya dengan perataan laba, bahwa salah satu indikator *net profit margin* yaitu pendapatan ada pada salah satu dimensi perataan laba yaitu perataan artifisial, menurut Belkaoui (2007:195), perataan artifisial sebagai berikut:

“Perataan laba mencakup seleksi pengukuran akuntansi dan aturan pelaporan secara berulang-ulang pada suatu pola tertentu, pengaruhnya adalah untuk melaporkan aliran pendapatan dengan variasi yang lebih kecil dari tren dibanding terhadap kejadian yang sebaliknya”.

Hubungan lainnya yaitu bahwa laba bersih setelah pajak dan total penjualan merupakan indikator dalam mengukur *net profit margin*, hubungannya dengan perataan laba yaitu bahwa laba bersih setelah pajak dan penjualan merupakan objek dalam perataan laba. Menurut Belkaoui (2007:194), objek perataan laba sebagai berikut:

“Para peneliti memilih indikator laba bersih atau laba per saham sebagai objek perataan karena keyakinan bahwa perhatian jangka panjang manajemen adalah terhadap laba bersih dan para pengguna laporan keuangan biasanya melihat pada angka paling akhir, baik laba maupun laba per saham. Ini merupakan alasan yang disederhanakan karena mungkin manajemen merasa perlu dan lebih praktis untuk meratakan penjualan dan komite penjualan yang tetap memiliki perataan biaya secara lebih fleksibel. Sama halnya juga, sebuah perusahaan dengan suatu kendali yang baik atas biaya-biaya dapat merasa lebih praktis untuk meratakan pendapatan penjualannya”.

Berdasarkan teori yang telah dipaparkan diatas bahwa *net profit margin* mempengaruhi perataan laba, karena pada dasarnya dalam pengukuran NPM terdapat laba setelah pajak dan penjualan dimana itu menjadi objek dalam

melakukan perataan laba. Hal tersebut sejalan dengan penelitian Nurjanah (2010) dalam Supriyanto (2016), menyatakan bahwa *net profit margin* atau margin penghasilan bersih ini diduga mempengaruhi praktik perataan laba, karena secara logis margin ini berkait langsung dengan obyek perataan laba dan merefleksikan motivasi manajer untuk meratakan penghasilan.

Menurut Hanafi dan Halim (2009:83-84). mengatakan bahwa:

“*Profit margin* yang tinggi menandakan kemampuan perusahaan menghasilkan laba yang tinggi pada tingkat penjualan tertentu. *Profit margin* yang rendah menandakan penjualan yang terlalu rendah untuk tingkat biaya yang tertentu, atau biaya yang terlalu tinggi untuk tingkat penjualan yang tertentu, atau kombinasi dari kedua hal tersebut. Secara umum rasio yang rendah bisa menunjukkan ketidakefisienan manajemen”.

Berdasarkan teori di atas keefesienan dan ketidakefisienan manajemen merupakan cerminan dari kinerja perusahaan dimana diimplementasikan dengan *net profit margin* maka hubungannya dengan perataan laba dapat dijelaskan dari penelitian Septoaji (2002) dalam Dwiputra dan Suryanawa (2016), menyatakan bahwa NPM memiliki pengaruh pada perataan laba karena dengan NPM yang tinggi memperlihatkan bahwa kinerja perusahaan tersebut baik. NPM yang tinggi juga akan menarik calon investor potensial untuk membeli saham perusahaan. Agar NPM perusahaan selalu bagus, maka perusahaan cenderung melakukan praktik perataan laba. NPM biasanya dijadikan objek oleh manajer untuk melakukan praktik perataan laba, karena ada kecenderungan pihak pemegang saham hanya terfokus pada laba bersih setelah pajak.

Santoso (2010) dalam Supriyanto et al (2016), menyatakan berpengaruhnya *net profit margin* terhadap tindakan perataan laba diduga karena rata-rata perusahaan belum memiliki kinerja yang cukup baik, sehingga

manajemen melakukan praktik perataan laba untuk memperbaiki kinerja perusahaan agar terlihat efektif dimata investor. *Net profit margin* yang diukur dengan rasio antara laba bersih setelah pajak sering digunakan oleh investor sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi yang berhubungan dengan perusahaan sebagai tujuan perataan laba oleh manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba dan menunjukkan kepada pihak luar bahwa kinerja manajemen perusahaan tersebut telah efektif. Karena jika ditinjau dari segi laba, perusahaan dengan laba yang stabil dapat dijadikan dasar bahwa manajer memiliki kinerja yang bagus oleh para pemegang saham dan sebaliknya laba yang berfluktuasi menimbulkan kekhawatiran pihak manajemen karena dari investor dapat menilai kinerja perusahaan yang kurang optimal. Perusahaan dengan *net profit margin* yang rendah diduga melakukan praktik perataan laba agar kinerjanya dianggap baik dan efektif oleh pihak luar atau investor. Oleh karena itu, diduga semakin rendah nilai *net profit margin* suatu perusahaan, maka besar kemungkinan perusahaan tersebut untuk melakukan praktik perataan laba untuk meningkatkan *net profit margin* agar kinerjanya dianggap baik dan efektif terutama oleh pihak investor.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh, Sutrisno (2013) menyimpulkan bahwa *net profit margin* berpengaruh negatif signifikan terhadap perataan laba. Yosika (2010), Sari dan Widyatmini (2010), Dwiputra dan Suryanawa (2016), menyimpulkan bahwa *net profit margin* berpengaruh terhadap perataan laba. Supriyanto et al. (2016) menyimpulkan bahwa *net profit margin* berpengaruh negatif terhadap perataan laba.

2.2.4. Pengaruh *Winner/loser Stock* Terhadap Perataan Laba

Winner stock adalah saham yang memiliki *return* lebih besar daripada *return* rata-rata pasar atau disebut juga saham yang memberikan *return* positif, sedangkan *loser stock* adalah saham yang memiliki *return* sama dengan atau lebih kecil daripada *return* rata-rata pasar atau disebut juga saham yang memberikan *return* negatif.

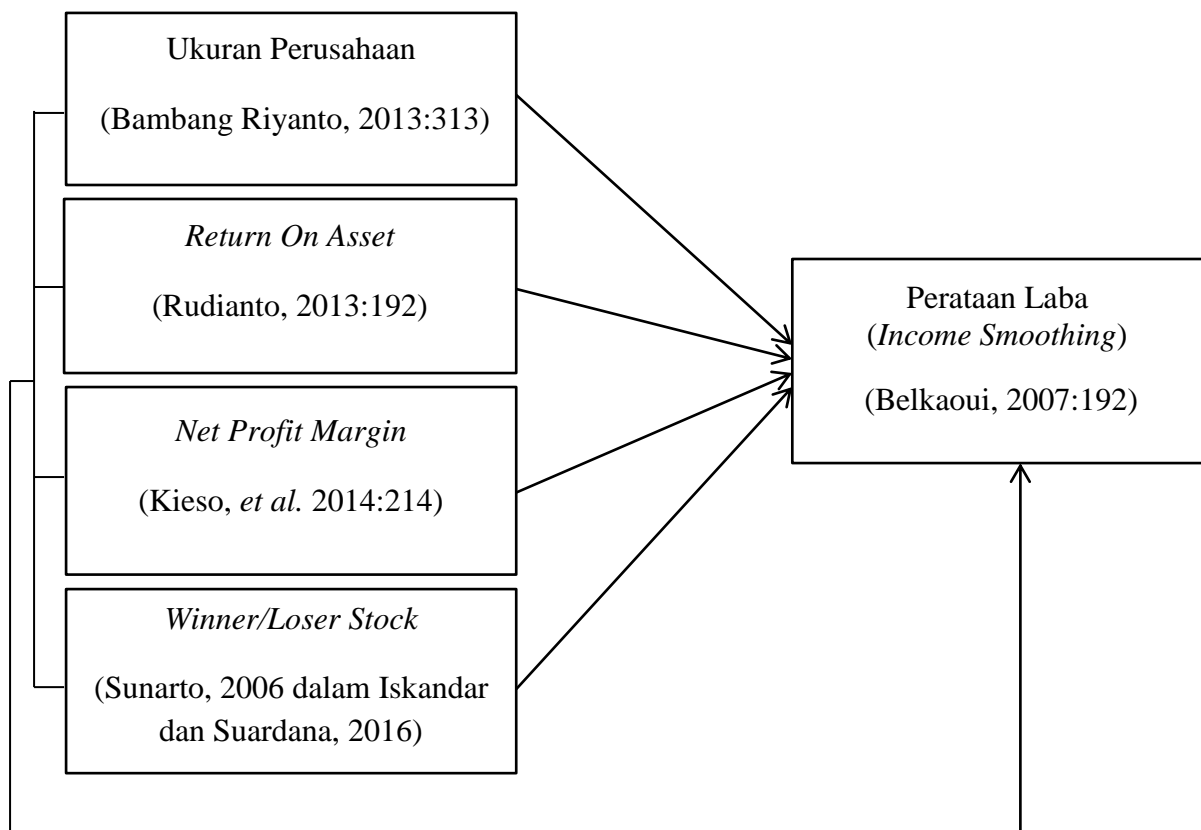
Dalam hubungannya dengan perataan laba diungkapkan dalam penelitian Salno dan Baridwan (2000) dalam Iskandar dan Suardana (2016), mensinyalir adanya kemungkinan manajemen perusahaan *winner stock* melakukan perataan laba untuk mencapai atau mempertahankan posisinya di kelompok *winner stocks*. Dugaan ini dilatarbelakangi oleh kepentingan manajemen perusahaan *winner stocks* untuk mencapai atau mempertahankan *shareholder's value* melalui posisinya di kelompok *winner stocks* dengan tetap menjaga variabilitas laba perusahaan dari waktu ke waktu. Sementara itu, perusahaan *loser stock* melakukan perataan laba dengan tujuan untuk menaikkan nilai perusahaan sehingga mereka bisa mencapai posisinya di *winner stock*.

Yulianto (2007) dalam Arfan dan Wahyuni (2010), menegaskan bahwa laba yang stabil akan mempengaruhi perubahan harga saham yang stabil. Laba yang stabil memberikan persepsi pada investor bahwa tingkat *return* saham yang diharapkan tinggi dan tingkat risiko dari portofolio saham rendah, sehingga tingkat kinerja dari perusahaan tersebut kelihatan baik. Ketika perusahaan berada pada status *winner stocks* perusahaan akan tetap menjaga statusnya di *winner*

stocks dan menghindari berpindah ke *loser stocks* dengan melakukan perataan fluktuasi laba yang dihasilkan.

Beberapa hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arfan dan Wahyuni (2010), menyimpulkan bahwa *winner/loser stock* berpengaruh positif terhadap perataan laba. Yulianto (2007), menyimpulkan bahwa variabel *winner/loser* secara signifikan berpengaruh terhadap perataan laba.

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian terdahulu maka kerangka pemikiran dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.3. Hipotesis Penelitian

Perumusan hipotesis penelitian merupakan langkah ketiga dalam penelitian, setelah peneliti mengemukakan landasan teori dan kerangka berfikir.

Menurut Sugiyono (2014:93), hipotesis adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan, dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data”.

Berdasarkan rumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan sebelumnya maka hipotesis dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hipotesis 1 : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan terhadap perataan laba.

Hipotesis 2 : Terdapat pengaruh *return on asset* terhadap perataan laba.

Hipotesis 3 : Terdapat pengaruh *net profit margin* terhadap perataan laba.

Hipotesis 4 : Terdapat pengaruh *winner/loser stock* terhadap perataan laba.

Hipotesis 5 : Terdapat pengaruh ukuran perusahaan, *return on asset*, *net profit margin*, dan *winner/loser stock* secara simultan terhadap perataan laba.