

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Teori Keagenan

Munculnya praktik manajemen laba dapat dijelaskan dengan teori agensi.

Menurut Anthony dan Govindarajan (2005), konsep teori agensi adalah:

“Hubungan atau kontak antara prinsipal dan agen. Prinsipal mempekerjakan agen untuk melakukan tugas untuk kepentingan prinsipal, termasuk pendelegasian otorisasi pengambilan keputusan dari prinsipal kepada agen”.

Menurut Scott (2000) bahwa teori keagenan:

“Pendesainan kontrak yang tepat untuk menyelaraskan kepentingan agen dan prinsipal dalam hal terjadi konflik kepentingan inilah yang merupakan inti dari teori keagenan”.

Agus Sartono (2010) mengemukakan bahwa teori keagenan merupakan:

“Hubungan antar agen terjadi pada saat satu orang atau lebih – disebut *principals* – mengangkat satu atau lebih orang lain – disebut agen – untuk bertindak atas nama pemberi wewenang dan memberikan keleluasaan dalam pengambilan keputusan”.

Menurut Jansen dan Meckling (1976) dalam Robert Jao (2011), teori keagenan adalah:

“Hubungan agensi muncul ketika satu orang atau lebih (*principal*) mempekerjakan orang lain (*agent*) untuk memberikan suatu jasa dan kemudian mendelegasikan wewenang pengambilan keputusan kepada *agent* tersebut”.

Prinsipal adalah pemegang saham atau investor, sedangkan agen adalah manajemen yang mengelola perusahaan atau manajer. Inti dari hubungan keagenan adalah adanya pemisahan fungsi antara kepemilikan di investor dan pengendalian di pihak manajemen.

Dari definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa Teori keagenan merupakan hubungan antara pemilik perusahaan dan pengelola perusahaan dimana pengelola perusahaan diberi wewenang dalam mengambil keputusan perusahaan serta mengelola perusahaan.

Adanya pemisahan antara pemilik perusahaan dan pengelolaan oleh manajemen cenderung menimbulkan konflik keagenan di antara prinsipal dan agen. Konflik kepentingan antara prinsipal dan agen terjadi karena kemungkinan agen tidak selalu berbuat sesuai dengan keinginan prinsipal, sehingga menimbulkan biaya keagenan (*agency cost*).

Menurut Agus Sartono (2010), biaya agensi mencakup:

1. Pengeluaran untuk *monitoring* seperti halnya biaya untuk pemeriksaan akuntansi dan prosedur pengendalian intern. Biaya tersebut harus dikeluarkan untuk meyakinkan bahwa manajemen bertindak atas dasar kepentingan terbaik bagi pemilik perusahaan.
2. Pengeluaran insentif sebagai kompensasi untuk manajemen atas prestasi yang konsisten. Bentuk insentif yang umum yaitu: (a) *Stock option* yaitu, pemberian hak kepada manajemen untuk membeli saham perusahaan di masa yang akan datang dengan harga yang telah ditentukan, (b) *Performance shares* yaitu, pemberian saham kepada manajemen atas pencapaian tujuan atau pencapaian tingkat *return* tertentu, dan (c) *Cash bonus* yaitu, bonus kas yang dikaitkan dengan pencapaian tujuan tertentu.

3. *Fidelity Bond* adalah kontrak antara perusahaan dengan pihak ketiga dimana pihak ketiga adalah *bonding company*. *Bonding company* setuju untuk membayar perusahaan jika manajer berbuat tidak jujur sehingga menimbulkan kerugian bagi perusahaan.
4. *Golden parachutes* dan *Poison pill* dapat dipergunakan untuk mengurangi konflik antara manajemen dengan pemegang saham. *Golden parachutes* merupakan suatu kontrak antara manajemen dan pemegang saham yang menjamin bahwa manajemen akan mendapat kompensasi sejumlah tertentu apabila perusahaan dibeli oleh perusahaan lain. Manajemen tidak perlu khawatir akan kehilangan pekerjaan. Sedangkan *Poison pill* adalah usaha pemegang saham untuk menjaga agar perusahaan tidak diambil-alih oleh perusahaan lain.

Sedangkan menurut Jensen dan Meckling dalam Robert Jao (2011), biaya agensi yang terdiri dari:

1. *The Monitoring Expenditure By The Principle*, yaitu biaya pengawasan yang dikeluarkan oleh prinsipal untuk mengawasi perilaku dari agen dalam mengelola perusahaan.
2. *The Bounding Expenditure By The Agent (Bounding Cost)*, yaitu biaya yang dikeluarkan oleh agen untuk menjamin bahwa agen tidak bertindak yang merugikan prinsipal.
3. *The Residual Loss*, yaitu penurunan tingkat utilitas prinsipal maupun agen karena adanya hubungan agensi.

Eisenhardt (1989) dalam Ujijantho dan Pramuka (2007), menggunakan tiga asumsi sifat dasar manusia guna menjelaskan tentang teori agensi yaitu:

1. Manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*);
2. Manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa mendatang (*boundedrationality*); dan
3. Manusia selalu menghindari resiko (*risk averse*).

Berdasarkan asumsi sifat dasar manusia tersebut manajer sebagai manusia kemungkinan besar akan bertindak berdasarkan sifat *opportunistic*, yaitu mengutamakan kepentingan pribadinya.

Satu-satunya informasi yang digunakan untuk mengukur kinerja yang selanjutnya diinginkan sebagai dasar dalam pemberian *reward* adalah informasi akuntansi karena informasi ini dianggap lebih objektif dibandingkan informasi lainnya. Informasi akuntansi juga digunakan oleh para *principal* untuk menilai kinerja para manajer, yang selanjutnya dijadikan dasar dalam pemberian *reward* (biasanya dalam bentuk bonus). Konsekuensi logis dari penggunaan informasi akuntansi sebagai satu-satunya dasar dalam pemberian *reward* tersebut adalah munculnya perilaku tidak semestinya (*dysfunctional behavior*) di kalangan manajer. Manajer cenderung melakukan praktik manajemen laba dengan memanipulasi informasi sedemikian rupa agar kinerjanya tampak bagus (Syahriana, 2006) dalam (Panggabean, 2010).

Konflik antara manajer dan pemegang saham atau yang sering disebut dengan masalah keagenan dapat diminimumkan dengan suatu mekanisme pengawasan yang dapat mensejajarkan kepentingan-kepentingan tersebut.

2.1.2 Profitabilitas

2.1.2.1 Pengertian Laba

Menurut Dwi Martani (2012: 113), laba adalah: "... pendapatan yang diperoleh apabila jumlah *financial* (uang) dari aset neto pada akhir periode (di luar dari distribusi dan kontribusi pemilik perusahaan) melebihi aset neto pada awal periode".

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 yangt 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 satu periode kecuali yang timbul dari pendapatan (*revenue*) atau investasi oleh pemiliknya”.

Menurut kasmir (2016: 45), laba adalah: “... selisih dari jumlah pendapatan dan biaya, dengan 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 Shatu (2016: 26), terdapat beberapa tipe laba, yaitu:

1. “Laba operasi.
Laba operasi adalah selisih antara pendapatan dan beban operasi.
2. Laba sebelum pajak.
Laba sebelum pajak merupakan hasil pengurangan laba operasi dengan dengan pendapatan dan beban-beban lain di luar operasi.
3. Laba setelah pajak.
Laba setelah pajak adalah pendapatan bersih perusahaan baik yang berasal dari kegiatan operasional perusahaan maupun non operasional, setelah dikurangi pajak”.

Selain laba operasi, laba sebelum pajak dan laba setelah pajak, 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 Belkai yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2012: 229), terdapat lima karakteristik 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 laporan keuangan. Menurut Suwardjono (2014: 456), informasi tentang laba perusahaan diharapkan dapat digunakan antara lain sebagai berikut:

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 Pengertian Profitabilitas

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

Menurut Warren *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".

Menurut Brigham dan Houston yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2001:197), yang di maksud rasio profitabilitas adalah: "Profitabilitas adalah hasil bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan".

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

2.1.2.6 Tujuan dan Manfaat Profitabilitas

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

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

1. "untuk mengukur atau menghitung laba yang diperoleh perusahaan dalam satu periode.
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 sekluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal pinjaman maupun modal sendiri.

6. Untuk mengukur produktivitas dari seluruh dana perusahaan yang digunakan baik modal sendiri”.

Sedangkan 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”.

2.1.2.7 Jenis-Jenis Rasio Profitabilitas

Sesuai dengan tujuan yang hendak dicapai, terdapat beberapa jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan. Masing-masing jenis rasio profitabilitas digunakan untuk menilai serta mengukur posisi laporan keuangan perusahaan dalam suatu periode tertentu atau beberapa periode. Penggunaan rasio profitabilitas tergantung dari kebijakan manajemen.

- a. Menurut Kasmir (2016: 199), dalam praktiknya jenis-jenis rasio profitabilitas yang dapat digunakan adalah:

1. “*Profit margin on sales*.

Profit margin on sales adalah salah satu rasio yang digunakan untuk mengukur *margin* laba atas penjualan. Cara pengukuran rasio ini adalah dengan membandingkan laba bersih setelah pajak dengan penjualan bersih. Rasio ini dikenal juga dengan nama *profit margin*. Terdapat dua rumus untuk mencari *profit margin*, yaitu:

Margin laba kotor menggunakan rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{NetSales} - \text{CostofGoodsSold}}{\text{Sales}}$$

Margin laba kotor menunjukkan laba yang relatif terhadap perusahaan, dengan cara penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan. Rasio ini merupakan cara untuk penetapan harga pokok penjualan.

Margin laba bersih menggunakan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Earning After Interest and Tax (EAIT)}}{\text{Sales}}$$

Margin laba bersih merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah bunga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. Rasio ini menunjukkan pendapatan bersih perusahaan atas penjualan.

2. *Return on assets*

Return On Assets (ROA) merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan. Secara sistematis ROA dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROA} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Total Assets}}$$

3. *Return on equity*

Return On Equity (ROE) atau rentabilitas modal sendiri merupakan rasio untuk mengukur laba bersih sesudah pajak dengan modal sendiri. Rasio ini menunjukkan efisiensi penggunaan modal sendiri. Semakin tinggi rasio ini, semakin baik. Artinya posisi pemilik perusahaan semakin kuat, demikian pula sebaliknya. Secara sistematis ROE dapat diukur dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Earning After Tax}}{\text{Equity}}$$

4. Laba per lembar saham.

Keempat, rasio laba per lembar saham atau disebut juga rasio nilai buku yang merupakan rasio untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham, sebaliknya dengan rasio yang tinggi, maka kesejahteraan pemegang saham meningkat dengan pengertian lain bahwa tingkat pengembalian tinggi. Rumus untuk mencari laba per lembar saham dapat digunakan sebagai berikut:

$$\text{Laba per Lembar Saham} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

b. Jenis profitabilitas menurut Tandelilin (2002:269)

1. *Gross Profit Margin* (GPM), dengan rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{Net Sales} - \text{Cost of Goods Sold}}{\text{Net Sales}}$$

2. *Net Profit Margin* (NPM), dengan rumus:

$$\mathbf{NetProfitMargin} = \frac{\mathbf{NetProfitAfterTax}}{\mathbf{NetSales}}$$

3. *Operating Ratio*, dengan rumus:

$$\mathbf{OperationRatio} = \frac{\mathbf{CostOfGoodsSold}}{\mathbf{NetSales}}$$

4. *Return On Investment* (ROI), dengan rumus:

$$\mathbf{Return\ On\ Investment} = \frac{\mathbf{NetProfitAfterTax}}{\mathbf{TotalAsset}}$$

5. *Return On Equity* (ROE), dengan rumus:

$$\mathbf{Return\ On\ Equity} = \frac{\mathbf{NetIncome}}{\mathbf{AverageEquity}}$$

6. *Return On Assets* (ROA), dengan rumus:

$$\mathbf{Return\ On\ Assets} = \frac{\mathbf{NetIncome}}{\mathbf{AverageTotalAssets}}$$

7. *Earning Per Share* (EPS), dengan rumus:

$$\mathbf{Earning\ Per\ Share} = \mathbf{Weighted\ Average\ Outstanding\ Common\ Stock}$$

- Indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah *Return on Asset* dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Return\ on\ Asset\ (ROA)} = \frac{\mathbf{Laba\ Bersih}}{\mathbf{Total\ Aktiva}} \times 100\%$$

{Brigham dan Houston yang dialihbahasakan oleh Ali Akbar Yulianto (2001:197)}

Alasan peneliti memilih Rasio ROA, ialah karena Rasio ROA merupakan bagian dari rasio profitabilitas. Dari beberapa rasio yang mengukur rasio

profitabilitas, kebanyakan para pengguna laporan keuangan lebih fokus melihat rasio ROA untuk mengetahui prospek perusahaan dengan melihat laba yang dihasilkan. Sehingga potensi akan tindakan manipulasi laba yang dilakukan manajemen dapat tercipta karena oleh tingginya perhatian pengguna laporan keuangan akan rasio tersebut.

2.1.3 Leverage

2.1.3.1 Pengertian 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 karena penundaan 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 service to other entities in the future as a result of past transactions or events*”.

Menurut Wareen *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 antara lain terdiri dari utang dagang, utang wesel, utang gaji dan utang jangka pendek lainnya. Adapun uraian dari komponen utang lancar adalah sebagai berikut:
 - a. Utang dagang
Utang dagang adalah kewajiban perusahaan karena adanya pembelian barang yang pembayarannya secara kredit (angsuran).
 - b. Utang wesel
Utang wesel merupakan kewajiban perusahaan kepada pihak lain akibat adanya perjanjian tertulis yang dilakukan oleh perusahaan untuk membayar sejumlah uang tertentu, dalam waktu tertentu pula (diatur dengan undang-undang).
 - c. Utang gaji
Utang gaji adalah biaya gaji yang sudah merupakan kewajiban perusahaan untuk membayarkan kepada karyawan, namun jumlah yang harus dibayarkan tersebut belum dibayarkan perusahaan, sehingga masih merupakan utang perusahaan kepada karyawannya, dan
 - d. Utang lancar 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 di dalam utang jangka panjang yaitu obligasi, hipotek dan utang jangka panjang

lainnya. Uraian dari komponen utang jangka panjang tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Obligasi
Obligasi merupakan suatu pernyataan utang dari penerbit obligasi kepada pemegang obligasi beserta janji untuk membayar kembali pokok utang beserta kupon bunganya kelak pada saat tanggal jatuh tempo pembayaran.
- b. Hipotek
Hipotek merupakan utang perusahaan yang dijaminj dengan aktiva tetap tertentu, dan
- c. Utang jangka panjang lainnya”.

2.1.3.3 Pengertian *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 diperolehj dari 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), *leverage ratio* 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%".

Menurut Van Horn 1997 dalam Naftalia 2013: "*Financial leverage* merupakan penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap, dengan harapan akan memberikan tambahan keuntungan yang lebih besar dari pada beban tetapnya, sehingga keuntungan pemegang saham bertambah."

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 *Leverage*

Untuk memilih menggunakan modal sendiri atau modal pinjaman haruslah menggunakan beberapa perhitungan. Seperti diketahui bahwa penggunaan modal sendiri atau dari modal pinjaman akan memberikan dampak tertentu bagi perusahaan. Pihak manajemen harus pandai mengatur rasio kedua modal tersebut. Pengaturan rasio yang baik akan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan

guna menghadapi segala kemungkinan yang akan terjadi. Namun semua kebijakan ini tergantung dari tujuan perusahaan secara keseluruhan.

Berikut adalah beberapa tujuan perusahaan dengan menggunakan *Leverage Ratio* menurut Kasmir (2016: 53):

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 yang 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”.

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 hutang.
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”.

2.1.3.5 Jenis-Jenis Rasio *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. Jenis-jenis rasio *leverage* menurut Kasmir (2016: 155), antara lain:

1. *“Debt to assets ratio.*

Debt to assets ratio merupakan rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh hutang atau seberapa besar utang perusahaan berpengaruh terhadap pengelolaan aktiva. *Debt to assets ratio* dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Assets Ratio} = \frac{\text{TotalDebt}}{\text{TotalAssets}}$$

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 peminjam (kreditor) dengan pemilik perusahaan. Dengan kata lain, rasio ini berfungsi untuk mengetahui setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan untuk jaminan utang.

Debt to equity ratio dapat dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \text{TotalDebt/Equity}$$

3. *Long term debt to equity ratio.*

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

Long term debt to equity ratio dihitung dengan menggunakan perbandingan antara utang jangka panjang dengan modal sendiri, yaitu:

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

4. *Time interest earned.*

Time interest earned merupakan rasio untuk mencari jumlah kali perolehan bunga. Untuk mengukur rasio ini, digunakan perbandingan antara laba sebelum bunga dan pajak dibandingkan dengan biaya bunga yang dikeluarkan.

Rumus untuk mencari *time interest earned* yaitu:

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{EBIT}}{\text{BiayaBunga(Interest)}}$$

5. *Fixed changed coverage.*

fixed changed 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 changed coverage* adalah sebagai berikut:”

$$\text{Fixed Changed Coverage} = \frac{\text{EBT} + \text{Interest} + \text{lease}}{\text{Interest} + \text{Lease}}$$

2.1.3.6 Equity / Modal

Menurut Munawir (2008: 19), modal adalah: “... hak atau bagian yang dimiliki oleh pemilik perusahaan yang ditunjukkan dalam pos modal (modal saham), laba ditahan. Atau kelebihan nilai aktiva yang dimiliki oleh perusahaan terhadap seluruh hutang-hutangnya.

Sedangkan menurut Mayo (2004: 188), definisi modal adalah: “... *a variety of debt instrument to tap the funds of investor who purchase debt securities, there are only two types of stock: preferred stock and common stock*”.

Pengertian modal sendiri menurut Bambang Riyanto (2001: 240), bahwa: “... modal sendiri pada dasarnya adalah modal yang berasal dari pemilik

perusahaan dan tertanam di dalam perusahaan untuk waktu yang tidak tertentu lamanya”.

Sedangkan menurut Alfian (2010: 218) Modal sendiri adalah “... modal yang disetorkan oleh pemilik atau pemegang saham kepada perusahaan dan laba ditahan (*retained earning*) yang dapat digunakan untuk operasi perusahaan sebagai modal kerja”.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa modal sendiri adalah Modal yang tertanam dalam perusahaan yang disetorkan pemilik perusahaan yang digunakan sebagai modal kerja.

➤ Indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$DER = \frac{\text{TotalKewajiban}}{\text{TotalEkuitas}} \times 100\%$$

(Van Horn 1997 dalam Naftalia 2013)

2.1.4 Kompensasi

2.1.4.1 Pengertian Kompensasi

Kompensasi adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan (Malayu S.P. Hasibuan, 2002:54). Kompensasi berbentuk uang, artinya gaji dibayar dengan sejumlah uang kartal kepada karyawan yang bersangkutan. Kompensasi berbentuk barang, artinya gaji dibayar dengan barang. Misalnya gaji dibayar 10% dari produksi yang dihasilkan. Di Jawa Barat buruh pabrik upahnya 10% dari hasil produksi.

Kompensasi merupakan istilah yang berkaitan dengan imbalan-imbalan finansial (*financial reward*) yang diterima oleh orang-orang melalui hubungan kepegawaian mereka dengan sebuah organisasi. Pada umumnya bentuk kompensasi berupa finansial karena pengeluaran moneter yang dilakukan oleh organisasi. Kompensasi bisa langsung diberikan kepada karyawan, ataupun tidak langsung, dimana karyawan menerima kompensasi dalam bentuk-bentuk non moneter.

Salah satu cara manajemen untuk meningkatkan prestasi kerja, memotivasi dan meningkatkan kinerja para karyawan adalah melalui kompensasi (Mathis dan Jackson, 2000). Hani Handoko (1993) menyatakan bahwa kompensasi penting bagi karyawan sebagai individu karena besarnya kompensasi mencerminkan ukuran karya mereka diantara para karyawan itu sendiri, keluarga dan masyarakat. Kompensasi acapkali juga disebut penghargaan dan dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk penghargaan yang diberikan kepada karyawan sebagai balas jasa atas kontribusi yang mereka berikan kepada organisasi (Mutiarasari, 2002). Selain itu dalam buku Malayu S.P. Hasibuan (2002) terdapat beberapa pengertian kompensasi menurut para ahli yaitu:

1. Menurut William B. Werther dan Keith Davis kompensasi adalah apa yang seorang pekerja terima sebagai balasan dari pekerjaan yang diberikannya. Baik upah per jam ataupun gaji periodic didesain dan dikelola oleh bagian personalia.
2. Andrew F. Sikula mendefinisikan kompensasi adalah segala sesuatu yang dikonstitusikan atau dianggap sebagai suatu balas jasa atau ekuivalen.

Pengertian kompensasi juga terdapat pada berbagai literatur yang dikemukakan oleh beberapa pakar, antara lain:

1. Kompensasi merupakan istilah luas yang berkaitan dengan imbalan-imbalan finansial yang diterima oleh orang-orang melalui hubungan kepegawaian mereka dengan organisasi (Bejo Siswanto, 2003).
2. Menurut Dessler (1997) kompensasi karyawan adalah setiap bentuk pembayaran atau imbalan yang diberikan kepada karyawan dan timbul dari dipekerjakannya karyawan itu.
3. Kompensasi didefinisikan sebagai segala sesuatu yang diterima para karyawan sebagai balas jasa untuk kerja mereka (Hani Handoko, 2001).
4. Pengertian kompensasi menurut Hasibuan (2002:118) adalah semua pendapatan yang berbentuk uang, barang langsung atau tidak langsung yang diterima karyawan sebagai imbalan atas jasa yang diberikan kepada perusahaan atau instansi.
5. Menurut Panggabean (2002:75) kompensasi disebut juga dengan penghargaan dan dapat didefinisikan sebagai setiap bentuk penghargaan yang diberikan kepada bawahan sebagai balas jasa atas kontribusi yang mereka berikan kepada organisasi.

Berdasarkan sejumlah pendapat di atas, pengertian kompensasi adalah pemberian penghargaan baik finansial maupun nonfinansial yang diterima oleh pegawai sebagai imbalan atas jasanya yang diberikan kepada instansi atau organisasi, dan juga digunakan sebagai motivator atau perangsang oleh organisasi atau perusahaan dalam meningkatkan prestasi kerja.

2.1.4.2 Terminologi Kompensasi

Beberapa terminologi dalam kompensasi :

1. Upah/gaji. Upah (*wages*) biasanya berhubungan dengan tarif gaji perjam (semakin lama kerjanya, semakin besar bayarannya). Upah merupakan basis bayaran yang kerap digunakan bagi pekerja-pekerja produksi dan pemeliharaan. Sedangkan gaji (*salary*) umumnya berlaku untuk tarif mingguan, bulanan atau tahunan.
2. Insentif, (*incentive*) merupakan tambahan-tambahan gaji diatas atau diluar gaji atau upah yang diberikan oleh organisasi. Program-program

insentif disesuaikan dengan memberikan bayaran tambahan berdasarkan produktivitas, penjualan, keuntungan-keuntungan atau upaya-upaya pemangkasan biaya.

3. Tunjangan (*Benefit*). Contoh-contoh tunjangan seperti asuransi kesehatan, asuransi jiwa, liburan-liburan yang ditanggung perusahaan, program pensiun dan tunjangan-tunjangan lainnya yang berhubungan dengan kepegawaian.
4. Fasilitas (*Facility*) adalah kenikmatan/fasilitas seperti mobil perusahaan, keanggotaan klub, tempat parkir khusus.

2.1.4.3 Jenis-jenis Kompensasi

Komponen-komponen dari keseluruhan program gaji secara umum dikelompokkan kedalam kompensasi finansial langsung, tak langsung dan non finansial.

1. Kompensasi finansial secara langsung, berupa; bayaran pokok (gaji dan upah), bayaran prestasi, bayaran insentif (bonus, komisi, pembagian laba/keuntungan dan opsi saham) dan bayaran tertangguh (program tabungan dan anuitas pembelian saham)
2. Kompensasi finansial tidak langsung, berupa; program-program proteksi (asuransi kesehatan, asuransi jiwa, pensiun, asuransi tenaga kerja), bayaran diluar jam kerja (liburan, hari besar, cuti tahunan dan cuti hamil) dan fasilitas-fasilitas seperti kendaran, ruang kantor dan tempat parkir.
3. Kompensasi non finansial, berupa pekerjaan (tugas-tugas yang menarik, tantangan, tanggung jawab, pengakuan dan rasa pencapaian). Lingkungan kerja (kebijakan-kebijakan yang sehat, visi yang kompeten, kerabat yang menyenangkan, lingkungan kerja yang nyaman).

2.1.4.4 Tujuan Pemberian Kompensasi

Menurut Notoatmodjo (1998:67), tujuan dari kebijakan pemberian kompensasi meliputi :

1. Menghargai prestasi karyawan

2. Menjamin keadilan gaji karyawan
3. Mempertahankan karyawan atau mengurangi turnover karyawan
4. Memperoleh karyawan yang bermutu
5. Pengendalian biaya
6. Memenuhi peraturan-peraturan.

2.1.4.5 Kriteria Keberhasilan Sistem Kompensasi

Menurut Irianto (2001:103) dalam mengukur keberhasilan implementasi sistem kompensasi, terdapat satu pertanyaan esensial yang harus dijawab, yaitu: “Apa yang seharusnya dapat dicapai organisasi dengan menerapkan sebuah sistem kompensasi tertentu?”. Pertanyaan tersebut mendasari organisasi dalam menilai keberhasilan suatu sistem dengan kriteria-kriteria sebagai berikut:

1. Mendukung pencapaian tujuan-tujuan organisasi
2. Sesuai dengan dan mendukung strategi dan struktur organisasi.
3. Menarik dan dapat mempertahankan individu yang berkompeten sesuai dengan standar keahlian yang ditetapkan.
4. Menetapkan spektrum yang lebih luas atas perilaku tugas (*task behavior*) yang diinginkan dari seluruh anggota organisasi.
5. Merefleksikan ekuitas (persamaan-keadilan) bagi seluruh anggota organisasi.
6. Sejalan dengan hukum atau perundang-undangan yang berlaku dalam suatu wilayah yurisdiksi tertentu dimana organisasi berada.

7. Dapat mencapai ke-enam kriteria tersebut dengan biaya yang proposional sesuai dengan kondisi keuangan internal.
8. Dapat mencapai ketujuh kriteria tersebut diatas dalam kondisi dengan penggunaan biaya yang paling efektif.

➤ Kompensasi yang di maksud dalam penelitian ini adalah kompensasi bonus. Indikator yang digunakan pada penelitian ini ditunjukkan dengan rumus sebagai berikut:

$$\mathbf{Kompensasi = Ln Kompensasi}$$

{(Malayu S. P. Hasibuan (2002:54))}

2.1.5 Manajemen Laba

2.1.5.1 Pengertian Manajemen Laba

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Dari pengertian diatas dapat dikatakan 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.

2.1.5.2 Strategi Manajemen Laba

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

1. Manajer meningkatkan laba (*increasing income*)

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

2. *Big Bath*

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

3. Perataan laba

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

2.1.5.3 Motivasi Manajemen Laba

Menurut Scott (1997) dalam Fransiska (2007), beberapa motivasi terjadinya manajemen laba (*earnings management*) antara lain:

1. *Bonus Schemes* (Rencana Bonus)

Ditinjau dari sisi rencana bonus, manajer cenderung akan melakukan tindakan pengelolaan laba pada perusahaan yang memiliki rencana bonus. Manajer akan berusaha mengatur laba yang dilaporkan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan diterimanya.

2. *Contractual Motivations* (Motivasi Kontrak)

Semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang maka manajer akan cenderung memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan sehingga dapat mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami pelanggaran kontrak.

3. *Political Motivations* (Motivasi Politik)

Perusahaan akan cenderung akan melakukan monopoli, maka manajer akan berusaha untuk menurunkan labanya agar sorotan dan tekanan publik terhadap perusahaan berkurang.

4. *Taxation Motivation* (Motivasi Perpajakan)

Manajer akan berusaha untuk membayar pajak yang serendah mungkin dengan cara mengurangi labanya. Dengan mengurangi laba yang dilaporkan maka perusahaan dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah.

5. *Changes of Chief Executive Officer* (Penggantian CEO)

Manajer perusahaan (CEO) akan berusaha meningkatkan kinerjanya untuk menghindari penggantian CEO oleh pemilik perusahaan dengan

cara meningkatkan laba, jika penilaian kinerja berdasarkan laba. CEO yang dinilai baik oleh pemilik perusahaan akan diberikan bonus (*reward*), sedangkan manajer yang kinerjanya kurang baik akan diganti oleh pemilik perusahaan (*punishment*).

6. *Initial Public Offering* (IPO)

Manajer perusahaan akan melakukan *earnings management* agar harga sahamnya saat penawaran perdana (IPO) lebih tinggi, sedangkan kapitalisasi modal perusahaan menjadi lebih besar. Saat perusahaan *go public*, informasi keuangan yang ada dalam prospektus merupakan sumber informasi yang penting. Informasi ini dapat dipakai sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan calon investor maka manajer berusaha menaikkan laba yang dilaporkan.

2.1.5.4 Pendekatan Manajemen Laba

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

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

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

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

3. Model Berbasis *Distribution Of Earning After Management*

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

2.1.5.5 Pengukuran Manajemen Laba

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

Menurut Sri Sulistyanto (2008:225) menyatakan bahwa:

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

Menurut Sulistiawan (2011) secara detail, dengan MJM, penentuan akrual diskresioner sebagai indikator manajemen laba dapat dijabarkan dalam tahap-tahap sebagai berikut:

1. Menentukan nilai total akrual dengan formulasi:

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

2. Menentukan nilai parameter α_1 , α_2 , α_3 menggunakan Jones Model

(1991), dengan formulasi:

$$TA_{it} = \alpha_1 + \alpha_2 \Delta Rev_{it} + \alpha_3 PPE_{it} + e$$

Lalu untuk menskala data, semua variable tersebut dibagi dengan aset tahun sebelumnya (A_{it}), sehingga formulasinya berubah menjadi:

$$TA_{it} / A_{it} = a_1 (1/ a_{it-1}) + a_2 (\Delta Revit/ A_{it-1}) + a_3 (PPE_{it}/ A_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

3. Menghitung nilai NDA dengan formulasi:

$$NDA_{it} = a_1 (1/ a_{it-1}) + a_2 (\Delta Revit/ A_{it-1} - \Delta Recit/ A_{it-1}) + a_3 (PPE_{it}/ A_{it-1})$$

Nilai parameter α_1 , α_2 , α_3 adalah hasil dari perhitungan pada langkah ke-2. Isikan semua nilai yang ada dalam formula sehingga nilai NDA akan bisa didapatkan.

4. Menentukan nilai akrual diskresioner yang merupakan indikator manajemen laba akrual dengan cara mengurangi total akrual dengan akrual nondiskresioner, dengan formulasi:

$$DA_{it} = TA_{it-1} - NDA_{it}$$

Indikasi bahwa telah terjadi manajemen laba ditunjukkan oleh koefisien DA yang positif, sebaliknya bila koefisien DA negatif berarti tidak ada indikasi terjadi manajemen laba.

Dimana:

DA_{it} : *Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode ke t .

NDA_{it} : *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode ke t .

TA_{it} : *Total Accruals* perusahaan i pada periode ke t .

N_{it} : Laba bersih perusahaan i pada periode ke t .

CFO_{it} : Arus kas operasi perusahaan i pada periode ke t .

A_{it-1} : Total aktiva perusahaan i pada periode ke $t-1$.

- ΔRev_t : Perubahan penjualan bersih perusahaan i pada periode ke t .
- PPE_t : Aktiva tetap perusahaan i pada periode ke t .
- ΔRec_t : Perubahan piutang perusahaan i pada periode ke t .
- $\alpha_1, \alpha_2, \alpha_3$: Parameter yang diperoleh dari persamaan regresi.
- ε : *Error terms*.

Sedangkan menurut {Sri Sulistyanto(2008:225)}

$$DAC_{PT} = \left(\frac{TAC_{PT}}{Sales_{PT}} \right) - \left(\frac{TAC_{PD}}{Sales_{PD}} \right)$$

Dimana:

TAC = Net Income - Cash Flow From Operation

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Laba yang besar akan menarik investor karena perusahaan memiliki tingkat pengembalian yang semakin tinggi. Dengan kata lain, semakin tinggi rasio ini maka semakin baik produktivitas aset dalam memperoleh keuntungan bersih. Hal ini selanjutnya akan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada investor. Peningkatan daya tarik perusahaan menjadikan perusahaan tersebut makin diminati investor, karena tingkat pengembalian akan semakin besar. Semakin tinggi rasio yang diperoleh maka semakin efisien manajemen aset perusahaan. Sebaliknya jika semakin rendah rasio yang diperoleh, maka mengindikasikan semakin tidak efisien manajemen aset perusahaan. Sehingga ketika rasio ini rendah, manajemen cenderung melakukan tindakan manajemen laba. Seperti halnya pernyataan yang dikemukakan oleh Juniarti dan Carolina (2005) dalam

Prasetya (2013) bahwa profitabilitas yang rendah atau menurun memiliki kecenderungan bagi perusahaan tersebut untuk melakukan manajemen laba.

Hal ini pun sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Suyudi (2009) dalam Amertha (2013) bahwa apabila kinerja perusahaan buruk pihak manajemen akan melakukan tindakan manajemen laba dengan cara menaikkan laba akuntansinya, begitu pula sebaliknya bila perusahaan berkinerja baik pihak manajemen akan melakukan tindakan manajemen laba dengan cara menurunkan laba akuntansinya.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

Perusahaan yang menggunakan dana yang diperoleh dengan beban perusahaan yang tetap, dapat dikatakan menghasilkan *leverage* yang menguntungkan (*favorable financial leverage*). Dengan kata lain, jika dalam satu periode akuntansi, pendapatan yang diterima dari penggunaan dana tersebut lebih besar daripada beban tetap dari penggunaan dana tersebut, maka perusahaan mendapatkan keuntungan. Namun sebaliknya, *Financial leverage* dikatakan rugi (*unfavorable leverage*) jika perusahaan tidak dapat memperoleh pendapatan dari penggunaan dana tersebut sebanyak beban tetap yang harus dibayar. Tingkat *leverage* yang tinggi mengindikasikan bahwa risiko perusahaan yang tinggi pula sehingga *stakeholder* (kreditor) sering memperhatikan besarnya risiko perusahaan dengan penggunaan utang yang tinggi sehingga akan dihadapkan pada kewajiban yang tinggi pula. Pada saat kondisi perusahaan mengalami kerugian atau laba tidak terlalu tinggi, kreditor akan dihadapkan pada risiko ketidakmampuan perusahaan dalam membayar utangnya. Oleh karena itu manajer perusahaan

dengan rasio *leverage* yang tinggi akan cenderung melakukan praktik manajemen laba. Besarnya tingkat hutang perusahaan (*leverage*) dapat mempengaruhi tindakan praktik manajemen laba. Menurut Husnan (2001) menyatakan bahwa *leverage* yang tinggi yang disebabkan kesalahan manajemen dalam mengelola keuangan perusahaan atau penerapan strategi yang kurang tepat dari pihak manajemen. Oleh karena kurangnya pengawasan yang menyebabkan *leverage* yang tinggi, juga akan meningkatkan tindakan *opportunistik* seperti praktik manajemen laba untuk mempertahankan kinerjanya di mata pemegang saham dan publik.

2.2.3 Pengaruh Kompensasi Terhadap Manajemen Laba

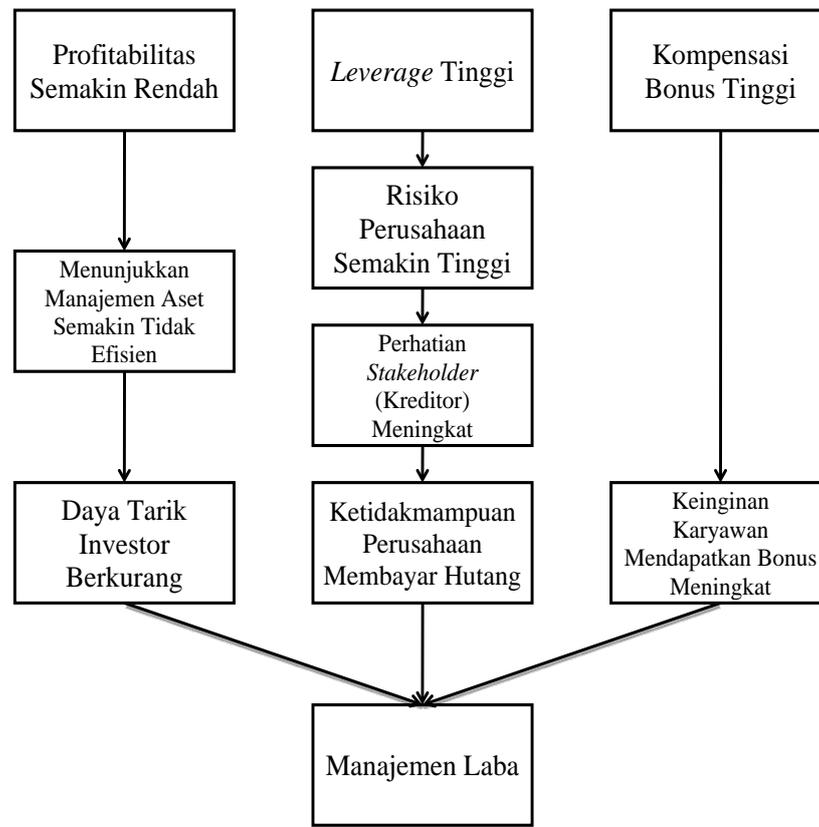
Skema bonus berdasarkan laba merupakan cara yang paling populer dalam memberikan penghargaan kepada karyawan perusahaan. Pernyataan ini sejalan dengan hasil penelitian Palestin (2009) yang menyebutkan bahwa ketika perusahaan memberikan kompensasi untuk setiap kenaikan omset atau target yang berpengaruh terhadap laba, maka karyawan akan memiliki peluang yang sangat besar untuk melakukan manajemen laba guna meningkatkan kesejahteraannya secara pribadi atau personal.

2.2.4 Pengaruh Profitabilitas, *Leverage*, dan Kompensasi Terhadap Manajemen Laba

Defond (1993) dalam Veronica dan Bachtiar (2003) menjelaskan perusahaan besar mempunyai insentif (kompensasi) yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba, karena salah satu alasan utamanya adalah perusahaan

besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Dalam kaitannya dengan manajemen laba (*earning management*), profitabilitas dapat memengaruhi manajer untuk melakukan manajemen laba. Karena jika profitabilitas yang didapat perusahaan rendah, umumnya manajer akan melakukan tindakan manajemen laba untuk menyelamatkan kinerjanya di mata pemilik. Hal ini berkaitan erat dengan usaha manajer untuk menampilkan performa terbaik dari perusahaan yang dipimpinnya. Archibalt dalam Herni dan Yulius Kurnia Susanto (2008) menjelaskan bahwa perusahaan yang memiliki profitabilitas rendah cenderung melakukan perataan laba. Perataan laba merupakan salah satu bentuk dari manajemen laba. Manajer cenderung melakukan aktivitas tersebut karena dengan laba yang rendah atau bahkan mengalami kerugian, akan memperburuk kinerja manajer di mata pemilik dan nantinya akan memperburuk citra perusahaan di mata publik. *Leverage* adalah hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai asetnya dalam rangka menjalankan aktivitas operasionalnya. Semakin besar hutang perusahaan maka semakin besar pula resiko yang dihadapi pemilik sehingga pemilik akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi agar perusahaan tersebut tidak terancam di likuidasi. Jika suatu perusahaan terancam di likuidasi maka yang dapat dilakukan adalah manajemen laba.

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



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka penulis mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Terdapat Pengaruh Signifikan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba;
 2. Terdapat Pengaruh Signifikan *Leverage* Terhadap Manajemen Laba;
 3. Terdapat Pengaruh Signifikan Kompensasi Terhadap Manajemen Laba;
- dan
4. Terdapat Pengaruh Signifikan Profitabilitas, *Leverage*, dan Kompensasi Terhadap Manajemen Laba.