

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Kompensasi

2.1.1.1 Pengertian Kompensasi

Upaya departemen personalia untuk meningkatkan prestasi kerja karyawan serta meningkatkan motivasi kerja karyawan dalam menyelesaikan tugas-tugas yang menjadi tanggungjawabnya dilakukan dengan cara pemberian kompensasi.

Menurut Sedarmayanti (2011:236) kompensasi adalah:

“Apa yang diterima pekerja sebagai tukaran atas kontribusinya kepada organisasi (Werther dan Davis, 1996:379)”.

Menurut Handoko (2011:218) kompensasi adalah:

“Pemberian pembayaran finansial kepada karyawan sebagai balas jasa untuk pekerjaan yang dilaksanakan dan sebagai motivator pelaksanaan kegiatan diwaktu yang akan datang”.

Menurut Sutrisno (2010:182) kompensasi adalah:

“Semua balas jasa yang diterima seorang karyawan dari perusahaannya sebagai akibat dari balas jasa/tenaga yang telah diberikannya kepada perusahaan tersebut (Singodimedjo, 2000)”.

Menurut Sihotang (2007:220) kompensasi adalah:

“Pengaturan keseluruhan pemberian balas jasa bagi pegawai dan para manajer baik berupa financial maupun barang dan jasa pelayanan yang diterima oleh setiap orang karyawan”.

Menurut berbagai pendapat yang dikemukakan, kompensasi dapat disimpulkan sebagai suatu imbalan balas jasa yang diberikan oleh perusahaan kepada karyawan baik finansial maupun barang dan jasa pelayanan untuk menghargai pegawai atas kinerjanya.

2.1.1.2 Jenis-jenis kompensasi

Menurut Gary Dessler (2015:446) kompensasi untuk seorang eksekutif puncak perusahaan biasanya terdiri dari 4 elemen utama, yaitu:

- “1. Bayaran dasar
Bayaran dasar meliputi gaji tetap seseorang serta jaminan bonus seperti 10% dari bayaran pada akhir kuartal fiskal ke empat, tanpa mempedulikan apakah perusahaan mendapat laba atau tidak.
2. Insentif jangka pendek
Insentif jangka pendek biasanya berupa uang tunai atau bonus sahan untuk mencaai sasaran jangka pendek, seerti peningkatan enjualan dari tahun ke tahun.

3. Insentif jangka panjang
Insentif jangka panjang bertujuan untuk mendorong eksekutif untuk mengambil tindakan yang mendorong nilai saham perusahaan meliputi dan meliputi hal-hal seperti opsi saham; hal-hal ini biasanya memberikan hak kepada eksekutif untuk membeli saham dengan harga khusus pada periode tertentu.
4. Tunjangan dan fasilitas eksekutif
Tunjangan dan fasilitas eksekutif meliputi hal-hal seperti rencana pensiun eksekutif tambahan”.

Menurut Rival (2004:358), kompensasi terbagi menjadi dua, yaitu sebagai berikut:

- “1. Kompensasi finansial
Kompensasi finansial terdiri atas dua yaitu kompensasi langsung dan kompensasi tidak langsung (tunjangan).
 - a. Kompensasi finansial langsung terdiri pembayaran pokok (gaji, upah), pembayaran prestasi, pembayaran insentif, komisi, bonus, bagian keuntungan, opsi saham, sedangkan pembayaran tertanggung meliputi tabungan hari tua, saham komulatif.
 - b. Kompensasi finansial tidak langsung terdiri atas proteksi yang meliputi asuransi, pesangon, sekolah anak, pension. Kompensasi luar jam kerja meliputi lembur, hari besar, cuti sakit, cuti hamil, sedangkan fasilitas meliputi rumah, biaya pindah, dan kendaraan.
2. Kompensasi non finansial
Kompensasi non finansial terdiri atas karenan karir yang meliputi aman pada jabatan, peluang promosi, pengakuan karya, temuan baru, prestasi istimewa, sedangkan lingkungan kerja meliputi dapat pujian, persahabatan, nyaman bertugas, menyenangkan dan kondusif”.

2.1.1.3 Tujuan Kompensasi

Pada umumnya kompensasi diberikan untuk memikat karyawan dan menahan karyawan yang kompeten serta memotivasi karyawan agar memaksimalkan kinerjanya dalam mencapai tujuan perusahaan. Dengan adanya kompensasi karyawan akan dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan fisik, status social, dan egoistiknya

sehingga memperoleh kepuasan kerja. Dan jika program kompensasi ditetapkan cukup besar, pengadaan karyawan yang *qualified* untuk perusahaan akan lebih mudah.

Menurut Notoadmodjo (1992) dalam Sutrisno (2010:188) tujuan diberikanya kompensasi diantaranya adalah untuk:

- “1. Menghargai prestasi kerja
Dengan pemberian kompensasi yang memadai adalah suatu penghargaan organisasi terhadap prestasi kerja para karyawan. Selanjutnya akan mendorong perilaku-perilaku atau kinerja karyawan sesuai dengan yang diinginkan oleh perusahaan, misalnya produktivitas yang tinggi
2. Menjamin keadilan
Dengan adanya system kompensasi yang baik, akan menjamin adanya keadilan diantara pegawai dalam organisasi. Masing-masing pegawai akan memperoleh imbalan yang sesuai dengan ugas, fungsi, jabatan, dan prestasi kerjanya.
3. Mempertahankan pegawai
Dengan system kompensasi yang baik, para pegawai akan lebih betah atau bertahan bekerja pada organisasi itu. Hal ini berarti mencegah keluarnya pegawai dari organisasi untuk mencari pekerjaan yang lebih menguntungkan.
4. Memperoleh pegawai yang bermutu
Dengan system kompensasi yang baik akan menarik lebih banyak calon pegawai. Dengan banyaknya pelamar atau calon pegawai, maka peluang untuk memilih pegawai yang bermutu akan lebih banyak.
5. Pengendalian biaya
Dengan system pemberian kompensasi yang baik, akan mengurangi seringnya pelaksanaan rekrutmen, sebagai akibat makin seringnya pegawai yang keluar mencari pekerjaan yang lebih menguntungkan. Hala ini berarti penghematan biaya untuk rekrutmen dan seleksi calon pegawai baru.
6. Memenuhi peraturan-peraturan
Sistem administrasi kompensasi yang baik merupakan suatu tuntutan. Suatu organisasi yang baik dituntu untuk memiliki system administrasi kompensasi yang baik”.

2.1.1.4 Pengertian Kompensasi Bonus

Menurut Sedarmayanti (2011:238), bonus merupakan insentif kerja individual dalam pembayaran khusus di atas gaji pekerja. Heizer & Render (2012:605) berpendapat, bonus yang biasanya berbentuk pilihan tunai atau kepemilikan saham sering digunakan pada tingkat eksekutif untuk memberikan penghargaan manajemen. Dalam sistem kompensasi bonus, pemilik perusahaan berjanji untuk memberikan sejumlah bonus jika kinerja perusahaan mencapai jumlah tertentu. Menurut Pujiati & Arfan (2013) kompensasi bonus merupakan suatu kebijakan yang diberikan kepada manajer yang didasarkan pada hasil kerjanya demi mencapai tujuan perusahaan. Elfira (2014) juga menjelaskan bahwa, kompensasi Bonus merupakan salah satu penghargaan yang diberikan oleh perusahaan atas jasa karyawan. Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kompensasi bonus merupakan imbalan yang diberikan kepada karyawan/manajer yang berbanding lurus dengan hasil yang dicapai.

2.1.2 *Leverage*

2.1.2.1 Pengertian *Leverage*

Rasio *leverage* digunakan oleh investor untuk melihat kemampuan dan resiko perusahaan. Semakin besar utang perusahaan maka semakin besar pula risiko yang dihadapi investor. Adapun definisi *leverage* yang dikemukakan oleh beberapa ahli diantaranya adalah:

Menurut Werner R. Muhandi (2015:61) *Leverage* adalah:

“Rasio utang yang menggambarkan proporsi utang terhadap aset maupun ekuitas”.

Menurut Kasmir (2010:112) Rasio *leverage* atau rasio *solvabilitas* adalah:

“Rasio yang digunakan untuk mengukur sejauh mana aktiva perusahaan dibiayai dengan utang, artinya besar beban utang yang ditanggung perusahaan dibandingkan dengan aktivanya”.

Menurut Sartono (2012:263) *financial leverage* adalah:

“Penggunaan sumber dana yang memiliki beban tetap dengan harapan bahwa akan memberi tambahan keuntungan yang lebih besar daripada beban tetapnya sehingga akan meningkatkan keuntungan yang tersedia bagi pemegang saham”.

Menurut Munawir (2007:239-240) Rasio *leverage* adalah:

“Rasio untuk mengukur sejauhmana aktiva perusahaan dibiayai dari hutang. Dengan mengetahui *leverage ratio* akan dapat dilihat tentang, posisi perusahaan terhadap seluruh kewajibanya kepada pihak lain, kemampuan perusahaan dalam memenuhi lewajiban yang bersifat tetap, kesinambungan antara nilai aktiva tetap dengan modal”.

Bedasarkan pendapat yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa rasio *leverage* merupakan rasio yang menjelaskan proporsi besarnya sumber-sumber pendanaan jangka pendek atau jangka panjang terhadap ekuitas perusahaan.

2.1.2.2 Tujuan dan Manfaat Rasio *Leverage*

Kasmir (2008:113) mengungkapkan, keuntungan mengetahui *financial leverage* adalah:

- “1. Dapat menilai kemampuan posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya.
2. Menilai kemampuan perusahaan memenuhi kewajiban yang bersifat tetap
3. Mengetahui keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal
4. Guna mengambil keputusan penggunaan sumber dana kedepan”.

Menurut Kasmir (2008:113) Tujuan perusahaan dengan menggunakan rasio *financial leverage* adalah:

- “1. Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditur)
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 perusahaan dibiayai oleh hutang
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva
6. Untuk menilai atau mengukur berapa besar bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka panjang
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki; dan
8. Tujuan lainnya”.

2.1.2.3 Jenis Rasio *Leverage*

Menurut Werner R. Muhardi (2015:61) kategori yang termasuk *leverage ratio* adalah sebagai berikut:

- “1. *Debt ratio (DR)*

Debt ratio menunjukkan seberapa besar total aset yang dimiliki perusahaan yang didanai oleh seluruh krediturnya. DR diperoleh dengan cara:

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total assets}}$$

Makin tinggi *Debt ratio* akan menunjukkan makin beresiko perusahaan karena makin besar utang yang digunakan untuk pembelian asetnya.

2. *Debt to Equity Ratio (DER)*

Debt to Equity Ratio diperoleh dengan cara:

$$\text{DER} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Equity}}$$

Debt to Equity Ratio menunjukkan perbandingan antara utang dan ekuitas perusahaan.

3. *Long-term debt to equity (LTDE)*

Rasio ini diperoleh dengan cara:

$$\text{LTDE} = \frac{\text{Total long term debt}}{\text{Total Equity}}$$

LTDE menunjukkan perbandingan antara utang jangka panjang terhadap ekuitas”.

Menurut Made Sudana (2011:20), *leverage ratio* merupakan rasio yang mengukur seberapa besar penggunaan utang dalam pembelanjaan perusahaan, besar kecilnya *leverage ratio* dapat diukur dengan cara:

“1. *Debt Ratio*

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total assets}}$$

Debt ratio mengukur proporsi dana yang bersumber dari utang untuk membiayai aktiva perusahaan, semakin besar rasio menunjukkan semakin besar porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aktiva, yang berarti pula risiko keuangan perusahaan meningkat dan sebaliknya.

2. *Times Interest Earned Ratio*

$$\text{Times interest earned ratio} = \frac{\text{EBIT}}{\text{interest}}$$

Times interest earned ratio ini mengukur kemampuan perusahaan untuk membayar beban tetap berupa bunga dengan menggunakan *EBIT (earning before interest and taxes)*. Semakin besar rasio ini berarti kemampuan perusahaan untuk membayar bunga semakin baik, dan peluang untuk mendapatkan tambahan pinjaman juga semakin tinggi.

Cash Coverage Ratio

$$\text{Cash coverage ratio} = \frac{\text{EBIT} + \text{Depreciation}}{\text{Interest}}$$

Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan dengan menggunakan EBIT ditambah dana dari depresiasi untuk membayar bunga. Semakin besar rasio ini menunjukkan kemampuan perusahaan untuk membayar bunga juga semakin tinggi, dengan demikian peluang untuk mendapatkan pinjaman barupun semakin besar.

3. *Long-term Debt to Equity Ratio*

$$\text{Long-term debt to equity ratio} = \frac{\text{long term debt}}{\text{equity}}$$

Rasio ini mengukur besar kecilnya penggunaan utang jangka panjang dibandingkan dengan modal sendiri perusahaan. Semakin besar rasio mencerminkan risiko keuangan perusahaan yang semakin tinggi dan sebaliknya”.

2.1.3 Ukuran Perusahaan

2.1.3.1 Pengertian Ukuran Perusahaan

Ukuran secara umum dapat diartikan sebagai suatu perbandingan besar/kecilnya suatu objek. Perusahaan diartikan sebagai suatu organisasi yang didirikan oleh seseorang atau sekelompok orang yang kegiatannya adalah melakukan produksi dan distribusi guna memenuhi kebutuhan ekonomi manusia (Ely Suhayati,

2009:9). Ukuran perusahaan sendiri merupakan suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan. Butar dan Sudarsi (2012) mendefinisikan ukuran perusahaan sebagai nilai yang menunjukkan besar/kecilnya perusahaan.

Menurut Scot (1981:235) dalam Torang (2012:93) definisi ukuran perusahaan yaitu:

“Ukuran organisasi merupakan suatu variabel konteks yang mengukut tuntutan pelayanan atau produk organisasi”.

Menurut Husnan (2007:45) definisi ukuran perusahaan yaitu:

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

Menurut Suwito dan Herawaty (2005:138) definisi ukuran perusahaan yaitu:

“Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecil perusahaan menurut berbagai cara, dimana ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (*large firm*), perusahaan menengah (*medium size*) dan perusahaan kecil (*small firm*)”.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan dapat ditarik kesimpulan bahwa ukuran perusahaan merupakan suatu skala untuk menentukan besar/kecilnya suatu perusahaan.

2.1.3.2 Jenis-jenis Perusahaan

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

- “1. Perusahaan perseorangan
Perusahaan perseorangan merupakan perusahaan yang dimiliki oleh 1 orang sehingga pemiliknya memiliki kebebasan yang tidak terbatas. Ia sepenuhnya menguasai perusahaan dan dapat melakukan apapun tindakan yang dianggapnya untuk menguntungkan usahanya.
2. Firma
Firma merupakan organisasi yang dimiliki oleh beberapa orang. Mereka sepakat untuk menjalankan suatu usaha dan membagi keuntungan yang diperoleh berdasarkan perjanjian yang telah disepakati bersama. Modal perusahaan berasal dari para anggotanya, adakalanya mereka juga meminjam modal dari lembaga-lembaga lain.
3. Perseroan terbatas
Perusahaan-perusahaan besar kebanyakan berbentuk perseroan terbatas. Perusahaan yang berbentuk perseroan terbatas dapat mengumpulkan modal dengan mengeluarkan saham”.

Ketiga bentuk organisasi/perusahaan tersebut merupakan badan usaha swasta yang artinya didirikan oleh orang atau badan swasta. Bentuk organisasi/perusahaan tersebut bergerak pada kegiatan usaha yang berbeda-beda, sehingga bentuk perusahaan itu sendiri dapat dibagi menjadi beberapa kategori. Menurut M. Nafarin (2009:14) perusahaan dapat dibagi menjadi lima kategori, yaitu:

- “1. Perusahaan industri (*Industry company*)
Perusahaan industri merupakan perusahaan yang mengolah suatu benda (bahan baku) menjadi produk (barang jadi) tertentu untuk dijual.
2. Perusahaan dagang (*Trading company*)
Perusahaan ini membeli barang untuk dijual tanpa mengubah bentuk barang yang dibeli tersebut.
3. Perusahaan jasa (*Service company*)
Perusahaan ini merupakan perusahaan yang menerima uang jasa dari kegiatannya asset (harta), tenaga untuk pelayanan kepada konsumen (pelanggan)
4. Perusahaan agraris (*Agrarian company*)

Perusahaan agraris merupakan perusahaan yang melakukan kegiatan di bidang pertanian, perkebunan, peternakan, dan perikanan yang hasilnya untuk dijual.

5. Perusahaan ekstraktif (*extractive company*)
Perusahaan ekstraktif merupakan perusahaan yang mengambil (mengeksplorasi) kekayaan alam yang tersedia dengan maksud untuk dijual tanpa harus mengubah bentuk barang yang diambil tersebut”.

2.1.3.3 Metode Pengukuran Perusahaan

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

Menurut Prasetyantolo (2008:257):

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

Menurut jogiyanto hartono (2013:282):

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

Menurut bambang riyanto (2008:313)

“Besarnya kecilnya perusahaan dapat dilihat dari besarnya nilai equity, nilai penjualan dan nilai aktiva”.

Berdasarkan pendapat yang dikemukakan dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aset, nilai pasar saham dan penjualan.

2.1.3.4 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

Pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam tiga kategori, yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil Asward dan Lina (2015). Adapun pengelompokan ukuran perusahaan berdasarkan keputusan ketua BAPEPAM No. Kep.11/PM/1997 yaitu, perusahaan kecil menengah berdasarkan aktiva adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang total aktivasnya diatas seratus milyar.

Pengelompokan ukuran perusahaan atas dasar total asset menurut Peraturan Menteri Perdagangan R.I No.46 tentang Surat Izin Usaha Perdagangan dapat dilihat pada tabel 2.1.

Tabel 2.1

Pengelompokan ukuran perusahaan atas dasar total asset

Ukuran Perusahaan	Total Aset
Kecil	< Rp. 50.000.000,-
Menengah	<Rp. 500.000.000,- s/d Rp. 10.000.000.000
Besa	<Rp. 10.000.000.000.-

2.1.4 Manajemen Laba

2.1.4.1 Definisi Manajemen Laba

Beberapa pandangan mengenai manajemen laba dikemukakan oleh para ahli diantaranya adalah Davidson, Stickney, dan Weil, Schipper (1989), National Association of Fraud Examiners (1993), Fisher dan Rozenweig (1995), Lewit (1998), serta Healy dan Wahlen (1999) dalam (Sri Sulistyanto, 2008).

Davidson, Stickney, dan Weil (1988) dalam Sri Sulistyanto, (2008:48) menyatakan bahwa:

“Earning management is the process of taking deliberate step within the constrains of generally accepted accounting principles to bring about desired level of reported earnings (Manajemen laba merupakan proses untuk mengambil langkah tertentu yang disengaja dalam batas-batas prinsip akuntansi berterima umum untuk menghasilkan tingkat yang diinginkan dari laba yang dilaporkan”.

Schipper (1989) dalam Sri Sulistyanto (2008:49), menyatakan bahwa:

“Earnings management is a purpose intervention in the external financial reporting process, with the intent of obtaining some private gain a opposed to say, Merely facilitating the neutral operation of the process (Manajemen laba adalah campur tangan dalam proses penyusunan pelaporan keuangan eksternal, dengan ujuan untuk memeperoleh keuntungan pribadi (pihak yang tidak setuju mengatakan bahwa hal ini hanyalah upaya untuk memfasilitasi operasi yang tidak memihak dari sebuah proses)”.

National Association of Certified Fraud Examiners (1993) dalam Sri Sulistyanto, (2008:49) menjelaskan:

“Earning management is the intentional, deliberate, misstatement or omission of material facts, or accounting data, wich is misleading and,

whwn considerate with all the information made available, would cause the reader to change or alter his or judgment or decision (Manajemen laba adalah kesalahan atau kelalaian yang disengaja dalam membuat laporan mengenai fakta material atau data akuntansi sehingga menyesatkan ketika semua informasi itu dipakai untuk membuat pertimbangan yang akhirnya akan menyebabkan orang yang memebacanya akan mengganti atau mengubah pendapat atau keputusannya).”

Fisher dan Rosenweig (1995) dalam Sri Sulistyanto (2008:49), menyatakan

bahwa:

“Earnings managemen is a action of a manager which serve to increase (decrease) current reporten earnings of the unit wich the manager is responsible without generating a corresponding increase (decrease) in long term economic profitability of the unit (Manajemen laba adalah tindakan-tindakan manajer untuk menaikkan (menurunkan) laba periode berjalan dari sebuah perusahaan yang dikelolanya tanpa menyebabkan kenaikan keuntungan (penurunanana) ekonomi perusahaan jangka panjang)”

Lewit (1998) dalam Sri Sulistyanto (2008:50), menyatakan bahwa:

“Earnings management is flexibility in accounting allows it to keep pace with business innovation. Absuses such as earnings accour when people exploit this pliancy. Trikery is employed to abscur actual financial volatility. This is trun, make the true consequences of management decisions (Manajemen laba adalah fleksibilitas akuntansi untuk menyetarakan diri dengan inovasi bisnis. Penyalahgunaan laba ketika public memeanfaatkan hasilnya. Itu semua untuk menutupi konsekuensi dari keputusan-keputusan manajer).”

Healy dan Wahlen (1999) dalam Sri Sulistyanto (2008:50), menyatakan

bahwa:

“Earnings management accours when managers uses judgment in financial reporting and in structuring transactions to alter financial reports to either mislead some stakeholders about underlying economics performance of the company or to ingluence contractual aoutmes thet depend on the reported accounting numbers (Manajemen laba muncul ketika manajer menggunakan

keputusan tertentu dalam pelaporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan untuk menyesatkan *stakeholders* yang ingin mengetahui kinerja ekonomi yang diperoleh perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil kontrak yang menggunakan angka-angka akuntansi yang dilaporkan itu”.

Scott dalam Rahmawati (2008) membagi cara pemahaman atas manajemen laba menjadi dua, yaitu:

- “1. Melihatnya sebagai perilaku oportunistik manajer untuk memaksimalkan utilitasnya dalam menghadapi kontrak kompensasi, kontrak utang dan *political costs* (*Oportunistic Earning Management*).
2. Memandang manajemen laba dari perspektif *efficient contracting* (*Efficient Earning Management*), dimana manajemen laba memberi manajer suatu fleksibilitas untuk melindungi diri mereka dan perusahaan dalam mengantisipasi kejadian-kejadian yang tak terduga untuk keuntungan pihak-pihak yang terlibat dalam kontrak”

Manajemen laba memiliki banyak definisi. Tidak ada konsesus tentang definisi tunggal mengenai manajemen laba. Namun dalam konteks penelitian ini, manajemen laba dipandang sebagai perilaku oportunistik yang dilakukan oleh pihak manajer.

2.1.4.2 Jenis dan Teknik Manajemen Laba

Menurut Subramanyam (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 kini untuk membuat perusahaan dipandang lebih

baik. Cara ini juga memungkinkan peningkatan laba selama beberapa periode

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.

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”.

Jenis Manajemen laba menurut Scott (2003:405) yang biasa dilakukan adalah:

“1. *Taking a bath*

Pola ini terjadi saat reorganisasi termasuk pengangkatan CEO baru dengan melaporkan kerugian dalam jumlah besar. Tindakan ini diharapkan dapat meningkatkan laba di masa datang.

2. *Income minimization*

Pola ini mirip dengan pola *taking a bath* namun lebih sedikit ekstrim. Pola ini biasanya dilakukan saat perusahaan mendapatkan profitabilitas yang tinggi sehingga jika profitabilitas pada periode yang akan datang diperkirakan akan mengalami penurunan yang cukup drastis, maka perusahaan dapat menggunakan laba sebelumnya untuk mengatasi hal tersebut.

3. *Income maximization*

Manajer perusahaan melaporkan net income yang tinggi untuk tujuan mendapatkan bonus. *Income maximization* dilakukan saat perusahaan mengalami penurunan laba.

4. *Income smoothing*

Income smoothing merupakan salah satu pola manajemen laba yang dilakukan dengan cara meratakan perolehan laba perusahaan sehingga laba yang diperoleh tidak terlalu berfluktuasi”.

Setiawati dan Na'im (2000) dalam Rahmawati dan Qomariyah (2006)

menyebutkan 3 manajemen laba dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu:

- “1. Memanfaatkan peluang untuk membuat estimasi akuntansi
Cara manajemen mempengaruhi laba melalui *judgment* (perkiraan) terhadap estimasi akuntansi antara lain estimasi tingkat piutang tak tertagih, estimasi kurun waktu depresiasi aktiva tetap atau amortisasi aktiva tak berwujud, dan lain-lain.
2. Mengubah metode akuntansi
Perubahan metode akuntansi yang digunakan untuk mencatat suatu transaksi, contoh : merubah metode depresiasi aktiva tetap, dari metode depresiasi angka tahun ke metode depresiasi garis lurus.
3. Menggeser periode biaya atau pendapatan.
Contoh rekayasa periode biaya atau pendapatan antara lain: mempercepat/menunda pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan sampai pada periode akuntansi berikutnya, mempercepat/menunda pengeluaran promosi sampai periode berikutnya, mempercepat/menunda pengiriman produk ke pelanggan, mengatur saat penjualan aktiva tetap yang sudah tak dipakai”.

2.1.4.3 Motivasi Praktik Manajemen Laba

Menurut Subramanyam (2012:132), insentif utama untuk melakukan manajemen laba adalah:

- “1. Insentif perjanjian.
Banyak perjanjian yang menggunakan angka akuntansi. Misalnya perjanjian kompensasi manajer yang biasanya mencakup bonus berdasarkan laba. Perjanjian bonus biasanya memiliki batas atas dan batas bawah, artinya manajer tidak mendapatkan bonus jika lebih rendah dari batas bawah dan tidak mendapatkan bonus tambahan saat laba lebih tinggi dari batas atas. Contoh lain insentif perjanjian adalah persyaratan hutang yang biasanya berdasarkan rasio yang menggunakan angka akuntansi seperti laba.
2. Dampak Harga Saham
Manajer dapat meningkatkan laba untuk menaikkan harga saham perusahaan sementara sepanjang satu kejadian tertentu seperti merger yang akan dilakukan atau penawaran surat berharga, atau rencana untuk menjual saham atau melaksanakan opsi. Manajer juga melakukan perataan laba untuk

menurunkan persepsi pasar akan resiko dan menurunkan biaya modal. Salah satu insentif manajemen laba yang terkait lainnya adalah untuk melampaui ekspektasi pasar.

3. Insentif lain

Laba seringkali diturunkan untuk menghindari biaya politik dan penelitian yang dilakukan badan pemerintah, misalnya untuk ketaatan undang-undang anti monopoly dan IRS. Selain itu perusahaan dapat menurunkan laba untuk memperoleh keuntungan dari pemerintah, misalnya subsidi atau proteksi dari pesaing asing. Perusahaan juga menurunkan laba untuk mengelakan permintaan serikat buruh. Salah satu insentif manajemen laba lainnya adalah perubahan manajemen yang sering menyebabkan *big bath*”.

Menurut Scott (2000:302) terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan manajemen laba, antara lain:

“1. Bonus Purpose

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini.

2. Political Motivation

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

3. Taxation Motivations

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metode akuntansi digunakan dengan tujuan penghematan pajak pendapatan.

4. Pergantian CEO

CEO yang mendeteksi masa pension akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.

5. Initial Public Offering (IPO)

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

6. Pentingnya Memberi Informasi Kepada Investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik.”

Menurut Watt dan Zimmerman (1986) dalam Sri Sulistyanto (2008:63) ada tiga hipotesis dalam teori akuntansi positif yang dipergunakan untuk menguji perilaku eris seseorang dalam mencatat transaksi dan menyusun laporan keuangan, hipotesis tersebut adalah:

- “1. *Bonus Plan Hypothesis*
Managers of firms with bonus plans are more likely to use accounting methods that increase current periode reported income (Manajer perusahaan dengan rencana bonus lebih mungkin untuk menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan arus periode melaporkan laba)”. Konsep ini membahas bahwa bonus yang janjikan pemilik kepada manajer perusahaan tidak hanya memotivasi manajer untuk bekerja dengan lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan.
2. *Debt Covenant Hypothesis*
Debt Covenant Hypothesis menyatakan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio antara utang dan ekuitas lebih besar cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperoleh. Keuntungan tersebut berupa permainan laba agar kewajiban utang piutang dapat ditunda untuk periode berikutnya sehingga semua pihak yang ingin mengetahui kondisi perusahaan yang sesungguhnya memperoleh informasi yang keliru dan membuat keputusan bisnis menjadi keliru. Akibatnya, terjadi kesalahan dalam mengalokasikan sumbernya.
3. *Political Cost Hypothesis*
Political Cost Hypothesis menyatakan bahwa perusahaan cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang dapat memperkecil atau membesar laba yang dilaporkannya. Konsep ini membahas bahwa manajer perusahaan cenderung melanggar regulasi pemerintah, seperti undang-undang perpajakan, apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya. Manajer akan memperlakukan laba agar kewajiban pembayaran tidak terlalu tinggi sehingga alokasi laba sesuai dengan kemauan perusahaan”.

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Pengaruh Kompensasi Bonus Terhadap Manajemen Laba

Tujuan setiap organisasi dalam merancang sistem kompensasi pada umumnya adalah untuk memikat karyawan dan menahan karyawan yang kompeten serta memberi motivasi agar kinerja karyawan meningkat sehingga mampu mencapai tujuan perusahaan secara maksimal. Dalam rencana bonus atau kompensasi manajerial, pemilik perusahaan berjanji bahwa menejer akan menerima sejumlah bonus jika kinerja perusahaan mencapai jumlah tertentu. Kecenderungan menilai keberhasilan kinerja manajer berdasarkan laba yang dicapai menyebabkan laba sering menjadi target rekayasa manajer. Dengan adanya penilaian kinerja berdasarkan laba, maka pihak manajer akan melakukan upaya agar laba yang diperoleh perusahaan tinggi atau tidak mengalami penurunan sehingga kinerja mereka dinilai baik.

Menurut Subramanyam (2012:132):

“Insentif utama untuk melakukan manajemen laba adalah insentif perjanjian. Banyak perjanjian yang menggunakan angka akuntansi. Misalnya perjanjian kompensasi manajer yang biasanya mencakup bonus berdasarkan laba. Perjanjian bonus biasanya memiliki batas atas dan batas bawah, artinya manajer tidak mendapatkan bonus jika lebih rendah dari batasan bawah dan tidak mendapatkan bonus tambahan saat laba lebih tinggi dari batas atas. Contoh lain insentif perjanjian adalah persyaratan hutang yang biasanya berdasarkan rasio yang menggunakan angka akuntansi seperti laba”.

Menurut Scott (2000:302) :

“CEO yang mendeteksi masa pension akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan”.

Menurut Watt dan Zimmerman (1986) dalam Sri Sulistyanto (2008:63):

“Managers of firms with bonus plans are more likely to use accounting methods that increase current periode reported income (Manajer perusahaan dengan rencana bonus lebih mungkin untuk menggunakan metode akuntansi yang meningkatkan arus periode melaporkan laba)”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Halimah Satila Palestin (2008), Rehobet Tanomi (2009) menunjukkan bahwa kompensasi bonus memiliki pengaruh positif terhadap manajemen laba.

2.2.2 Pengaruh *Leverage* terhadap Manajemen Laba

Faktor *leverage* mempunyai hubungan dengan sumber dana eksternal, terutama utang yang digunakan untuk membiayai biaya operasional pada suatu perusahaan. Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi, diduga melakukan *earning management* karena perusahaan terancam *default* yaitu tidak dapat memenuhi kewajiban pembayaran utang pada waktunya.

Menurut Subramanyam (2012:132):

“Insentif utama untuk melakukan manajemen laba adalah insentif perjanjian. Banyak perjanjian yang menggunakan angka akuntansi. Misalnya perjanjian kompensasi manajer yang biasanya mencakup bonus berdasarkan laba. Perjanjian bonus biasanya memiliki batas atas dan batas bawah, artinya manajer tidak mendapatkan bonus jika lebih rendah dari batasan bawah dan tidak mendapatkan bonus tambahan saat laba lebih tinggi dari batas atas. Contoh lain insentif perjanjian adalah persyaratan hutang yang biasanya berdasarkan rasio yang menggunakan angka akuntansi seperti laba”.

Menurut Watt dan Zimmerman (1986) dalam Sri Sulistyanto (2008:63):

“Perusahaan yang mempunyai rasio antara utang dan ekuitas lebih besar cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi serta cenderung melanggar perjanjian utang apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperoleh. Keuntungan tersebut berupa permainan laba agar kewajiban utang piutang dapat ditunda untuk periode berikutnya sehingga semua pihak yang ingin mengetahui kondisi perusahaan”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wijaya & Christiawan (2014), Rehobot Tanomi (2009), Rice (2013) menemukan bukti bahwa *leverage* mempunyai hubungan positif dengan manajemen laba.

2.2.3 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

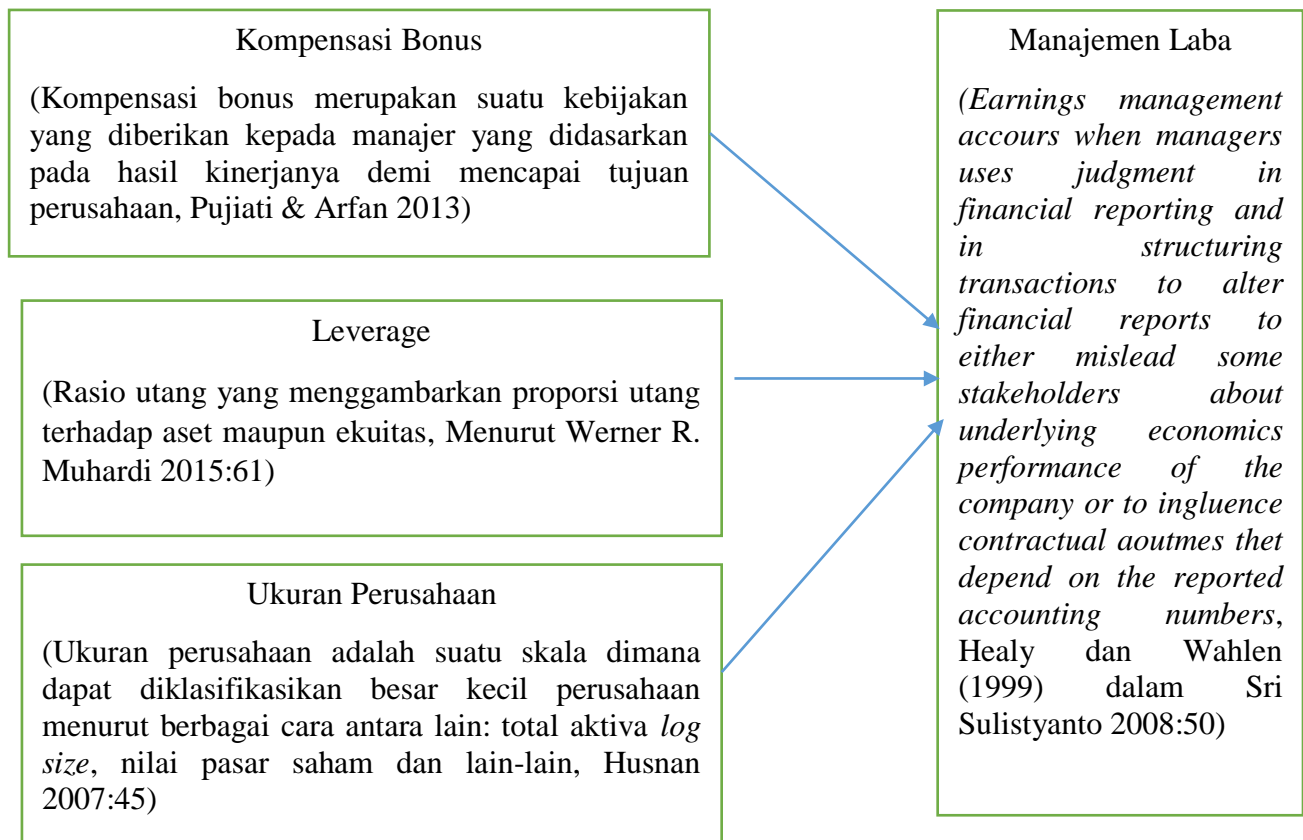
Menurut Watt dan Zimmerman (1978) dalam RR. Sri Handayani dan Agustono Dwi Rachyadi (2009) perusahaan berukuran sedang dan besar lebih memiliki tekanan yang kuat dari para *stakeholdersnya*, agar kinerja perusahaan sesuai dengan harapan para investornya dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini mendorong manajemen untuk dapat memenuhi harapan tersebut (Barton and Simko, 2002). Perilaku manajer tersebut pada gilirannya akan cenderung berdampak pada adanya praktik manipulasi dan perataan laba.

Watt dan Zimmerman (1986) dalam RR. Sri Hansayani dan Agustono Dwi Rachyadi (2009), berasumsi:

“Perusahaan besar secara politis, lebih besar melakukan *transfer political cost*, dibandingkan dengan perusahaan kecil. Selain itu kecenderungan melaporkan laba positif diduga kuat sering dilakukan oleh perusahaan sedang dan besar”.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Igan Budiasih (2008) dan Inggrid Indra Wardani (2010) menemukan bukti bahwa ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Dari kerangka pemikiran di atas maka dapat digambarkan alur hubungan antar variabel yang diteliti dalam paradigma sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.3 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012:93) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$H_01 : (\beta_1 = 0)$: Kompensasi bonus berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba

$H_01 : (\beta_1 \neq 0)$: Kompensasi bonus berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba

$H_02 : (\beta_2 = 0)$: *Leverage* berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba

$H_02 : (\beta_2 \neq 0)$: *Leverage* berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba

$H_03 : (\beta_3 = 0)$: Ukuran perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap manajemen laba

$H_03 : (\beta_3 \neq 0)$: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba