

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)**

Dalam mengelola suatu perusahaan telah lama dikenal suatu istilah yang disebut *agency theory*. *Agency theory* (teori keagenan) merupakan sebuah teori yang memberikan penjelasan mengenai hubungan keagenan yaitu prinsipal (*principal*) dan agen (*agent*). Menurut Jensen dan Meckling (1976:10):

“hubungan keagenan dikenal sebagai suatu kontrak dimana suatu pihak yang berkedudukan sebagai prinsipal mengikat pihak lain yang berkedudukan sebagai agen untuk melaksanakan suatu pekerjaan bagi kepentingan prinsipal yang disertai dengan pendelegasian wewenang pengambilan keputusan oleh prinsipal kepada agen.”

Hubungan agensi sebagai sebuah kontrak antara seseorang atau lebih meminta orang lain untuk melakukan jasa tertentu demi kepentingannya. Untuk itu orang ini atau pemilik perusahaan akan mendelegasikan wewenang untuk mengerjakan sesuatu yang seharusnya dilakukannya kepada orang yang dipilihnya atau disebut dengan manajer. Pendelegasian wewenang ini menjadi sebuah keharusan dalam hubungan agensi agar manajer mempunyai kesempatan yang luas untuk menjalankan tugasnya, sekaligus mempertanggung-jawabkan apa yang telah dikerjannya kepada pemilik perusahaan.

Pihak agen memiliki informasi internal perusahaan dan prospek perusahaan di masa yang akan datang yang lebih dibandingkan dengan prinsipal, oleh karena

itu manajer sudah seharusnya selalu memberikan sinyal mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik. Sinyal yang dapat diberikan oleh manajer yakni melalui pengungkapan informasi akuntansi seperti laporan keuangan. Laporan keuangan merupakan hal yang sangat penting bagi pengguna eksternal karena kelompok ini berada dalam kondisi yang paling besar ketidakpastiannya.

Adanya ketidakseimbangan penguasaan informasi yang dimiliki antara pihak manajemen dan prinsipal dapat menjadi pemicu munculnya suatu kondisi yang disebut asimetri informasi dengan asumsi bahwa individu-individu manajemen bertindak untuk memaksimalkan kepentingan diri sendiri, inilah yang mendorong manajemen untuk bertindak oportunistik atau memperoleh keuntungan pribadi.

Menurut Brigham dan Houston (2006:26) hubungan keagenan dapat timbul di antara:

1) “Pemegang saham dengan manajer

Masalah keagenan dapat timbul jika manajer menempatkan tujuan dan kesejahteraan mereka sendiri pada posisi yang lebih tinggi dari kepentingan pemegang saham. Masalah keagenan potensial terjadi bila proporsi kepemilikan atas saham perusahaan kurang dari seratus persen sehingga manajer cenderung bertindak untuk mengejar kepentingannya sendiri dan bukan memaksimalkan nilai perusahaan dalam mengambil keputusan pendanaan. Tindakan manajer yang oportunistik tersebut akan mempertinggi *cost* perusahaan dan mengurangi kemakmuran pemegang saham.

2) Pemegang saham (melalui manajer) dengan kreditur

Kreditur memiliki klaim atas Sebagian dari arus kas perusahaan untuk pembayaran bunga dan pokok utang. Mereka memiliki klaim atas aset perusahaan saat perusahaan mengalami kebangkrutan. Pada saat perusahaan mengalami kebangkrutan, keputusan harus segera diambil untuk mengatasi kondisi tersebut, yaitu apakah akan melikuidasi perusahaan dengan menjual seluruh aset atau melakukan reorganisasi. Manajemen perlu segera bertindak dan khususnya manajer memilih mereorganisasi dengan tujuan mempertahankan pekerjaannya. Keputusan manajer ini tentu saja berdampak pada pemegang saham atau kreditur atau kedua belah pihak tersebut. Kreditur

pada umumnya menghendaki likuidasi perusahaan sehingga mereka dapat segera menarik dananya dengan cepat. Di lain pihak, manajemen menginginkan perusahaan tetap eksis sehingga mereka memilih mereorganisasi perusahaan. Pada saat bersamaan, pemegang saham kemungkinan mencoba mencari pengganti manajer lama yang mau dibayar lebih rendah meskipun proses tersebut membutuhkan waktu yang lama.”

Konflik kepentingan antara agen dan prinsipal dapat diminimalkan melalui beberapa cara. Menurut Masdupi (2005:1) mengemukakan cara-cara untuk mengatasi masalah keagenan antara lain:

1) “Meningkatkan kepemilikan manajerial

Dengan adanya kepemilikan manajerial saham maka manajer akan merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan juga merasakan langsung manfaat dari keputusan yang diambil dan juga merasakan apabila ada kerugian yang timbul sebagai konsekuensi dari pengambilan keputusan yang salah.

2) Pendekatan pengawasan eksternal

Pendekatan ini dilakukan melalui penggunaan utang. Adanya utang akan dapat mengendalikan penggunaan *free cash flow* secara berlebihan oleh manajer karena perusahaan harus melakukan pembayaran atas bunga dan pokok pinjaman secara periodic serta mematuhi ketentuan pada perjanjian utang.

3) *Institutional investor* sebagai *monitoring agent*

Adanya kepemilikan saham oleh investor institusional seperti perusahaan asuransi, bank, perusahaan investasi dan kepemilikan oleh institusi lain akan mendorong peningkatan pengawasan yang lebih optimal terhadap kinerja manajemen.”

Hubungan agensi ini seharusnya dapat membuat perusahaan meningkat nilainya karena dikelola oleh orang yang mengetahui dan memahami bagaimana menjalankan usaha serta diawasi secara ketat oleh pemilik, namun yang terjadi justru sebaliknya. Namun, permasalahan agensi akan muncul apabila salah satu pihak mempunyai keinginan untuk memaksimalkan kesejahteraannya (*moral hazard*), meskipun harus merugikan pihak lain.

Tujuan dari teori keagenan adalah:

1. Meningkatkan kemampuan individu (baik prinsipal maupun agen) dalam mengevaluasi lingkungan dimana keputusan harus diambil (*The belief revision role*).
2. Mengevaluasi hasil dari keputusan yang telah diambil guna mempermudah pengalokasian hasil antara prinsipal dan agen sesuai dengan kontrak kerja (*The performance evaluation role*).

Namun, dalam praktiknya kadang kala terjadi konflik yang disebabkan karena masing-masing pihak memiliki kepentingan yang berbeda. *Agen* sering kali bertindak hanya untuk kepentingannya sendiri dan mengesampingkan kepentingan *principal*. Hal inilah yang menyebabkan terjadinya konflik, konflik ini disebut dengan konflik keagenan.

Munculnya konflik disebabkan karena adanya asimetri informasi atau adanya kesenjangan informasi antara *agen* selaku pihak yang menyediakan informasi dengan *principal* dan *stakeholders* sebagai pengguna informasi. Informasi lebih banyak dimiliki oleh manajer dapat memicu tindakan oportunistik sesuai dengan kepentingan untuk memaksimalkan utilitasnya. Sedangkan bagi *principal* sulit mengontrol secara efektif tindakan yang dilakukan oleh manajemen karena hanya memiliki sedikit informasi dari seluruh informasi yang ada.

### **2.1.2 Diversifikasi Operasi**

Melihat kondisi pasar saat ini, perusahaan berusaha untuk mendapat pangsa pasar yang baru dan memperluas pangsa pasar yang ada dengan memberikan

peluang-peluang yang lebih baik sehingga perusahaan tetap memiliki keunggulan bersaing dibandingkan dengan perusahaan lainnya. Salah satunya dengan melakukan diversifikasi operasi.

Perusahaan yang melakukan diversifikasi operasi bergerak pada lebih dari satu lini bisnis (multi bisnis). Diversifikasi operasi suatu perusahaan dapat dilihat dari laporan segmen operasinya. Pada laporan segmen operasi tersebut banyaknya segmen produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, hal tersebut menandakan ada atau tidaknya diversifikasi operasi yang dilakukan suatu perusahaan.

Diversifikasi operasi dalam PSAK No. 5 Tahun 2013 (Revisi 2009) tentang segmen operasi disebutkan bahwa:

“segmen usaha adalah komponen perusahaan yang terlibat dalam aktivitas usaha dan memperoleh pendapatan dan menimbulkan beban yang hasilnya dikaji ulang secara reguler oleh pengambil keputusan operasional untuk alokasi sumber daya dan menilai kinerja, dimana informasi keuangannya dibuat secara terpisah.”

Menurut IAI (2002):

“segmen operasi (usaha) adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa (baik produk atau jasa individual maupun kelompok produk atau jasa terkait) dan komponen itu memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan risiko dan imbalan segmen lain.”

Menurut PSAK No. 5 Tahun 2013 (Revisi 2009) faktor-faktor yang dipertimbangkan dalam menentukan terkait atau tidaknya produk atau jasa, meliputi:

1. “Karakteristik produk atau jasa,
2. Karakteristik proses produksi,
3. Jenis atau golongan pelanggan (produk atau jasa),
4. Metode pendistribusian produk atau penyediaan jasa dan,
5. Karakteristik iklim regulasi, misalnya dalam perbankan, asuransi atau *public utilities*.”

PSAK No. 5 Tahun 2013 (Revisi 2009) menyatakan bahwa:

“kriteria segmen yang akan dilaporkan harus memenuhi syarat kualitatif, yaitu telah teridentifikasi sebagai segmen operasi atau hasil dari dua agregasi atau lebih dan memenuhi satu dari batasan kuantitatif berikut:

1. Pendapatan yang dilaporkan adalah 10% atau lebih dari pendapatan total dari semua segmen yang dilaporkan.
2. Jumlah absolut dari laba atau rugi yang dilaporkan adalah 10% atau lebih dari gabungan laba atau rugi yang dari semua segmen operasi.
3. Jika aset adalah 10% atau lebih dari aset gabungan semua operasi.”

Diversifikasi menghasilkan efisiensi bagi perusahaan untuk melakukan operasi lintas batas dalam sebuah perusahaan, daripada bertukar barang atau jasa lintas batas melalui impor atau ekspor antara perusahaan yang berbeda. Harto dalam Gunarto dan Riswandari (2019) berpendapat bahwa:

“diversifikasi merupakan bentuk pengembangan usaha dengan memperluas jumlah segmen secara bisnis atau geografis maupun memperluas *market share* yang ada atau mengembangkan berbagai produk yang beraneka ragam.”

Berdasarkan teori keagenan, diversifikasi yang dilakukan perusahaan menjadi kurang optimal karena manager yang melakukan diversifikasi cenderung untuk mengarahkan diversifikasi sesuai dengan kepentingannya. Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa diversifikasi merupakan suatu tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengembangkan jenis produk yang baru atau memperluas pasar mereka. Perusahaan meyakini bahwa tindakan ini akan menambah profitabilitas karena banyaknya segmen bisnis yang ada sehingga sumber pemasukan perusahaan akan lebih banyak.

Diversifikasi operasi dapat diukur dengan tiga cara yaitu jumlah segmen usaha yang dimiliki oleh perusahaan, jumlah anak perusahaan yang masuk ke dalam konsolidasi dan indeks herfindahl dari jumlah penjualan segmen usaha perusahaan. Menurut Aryati (2013:251) semakin indeks herfindahl bernilai 1, maka perusahaan tersebut bersegmen tunggal. Semakin indeks herfindahl bernilai kurang dari 1, maka perusahaan tersebut memiliki lebih dari satu segmen bisnis.

Diversifikasi operasi dalam penelitian ini diukur dengan menggunakan *Herfindahl Index* yang dihitung berdasarkan distribusi penjualan masing-masing segmen bisnis dari suatu perusahaan. *Herfindahl Index* (HERF) menggunakan rumus sebagai berikut:

$$HERF_{it} = \frac{\sum_{i=1}^t (Segsales)^2}{\sum_{i=1}^t (Sales)^2}$$

Keterangan:

$HERF_{it}$  : *Revenue Based Herfindahl Index* untuk perusahaan ( $i$ )  
pada

tahun ( $t$ )

*Segsales* : Penjualan dari masing-masing segmen perusahaan

*Sales* : Penjualan dari semua penjualan total dari semua segmen perusahaan ( $i$ ) pada tahun ( $t$ ).

### 2.1.3 Leverage

Menurut Kasmir (2016:151):

“*leverage* atau rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam melunasi semua kewajibannya baik jangka pendek maupun jangka panjang dengan

jaminan aktiva atau kekayaan yang dimiliki perusahaan hingga perusahaan tutup atau dilikuidasi. Sebesar apa beban utang yang ditanggung perusahaan akan dibandingkan dengan aktivitya.“

*Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan utang perusahaan. Semakin besar rasio *leverage* menunjukkan porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aset semakin besar, yang berarti pula risiko keuangan perusahaan meningkat, dan sebaliknya. Kreditor secara umum lebih menyukai jika rasio utang yang dimiliki perusahaan lebih rendah karena semakin rendah rasio utang maka semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor atas risiko tidak terbayarnya utang.

Menurut Sartono (2011:114), “rasio likuiditas adalah rasio yang menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memenuhi finansial yang berjangka pendek tepat pada waktunya.”

Menurut Husnan (2008:70):

“Rasio-rasio *leverage* yang mengukur seberapa banyak dana yang di *supply* oleh pemilik perusahaan dalam proporsinya dengan dana yang diperoleh dari kreditor perusahaan, mempunyai beberapa implikasi, yaitu:

- 1) Para pemberi kredit akan melihat kepada modal sendiri, yang merupakan dana yang di *supply* oleh pemilik perusahaan, untuk melihat batas keamanan pemberian kredit.
- 2) Dengan menggunakan hutang pemilik mendapatkan manfaat dana tanpa harus kehilangan kendali atas perusahaan.



- 3) Apabila perusahaan mendapatkan keuntungan yang lebih besar daripada beban bunga atas proporsi dana yang dibelanjai dengan pinjaman, maka keuntungan bagi pemilik modal sendiri makin besar.”

Menurut Hanafi dan Halim (2016:29):

“*leverage* 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 masa lalu. Utang muncul terutama karena penundaan pembayaran untuk barang atau jasa yang telah diterima oleh organisasi dan dari dana yang dipinjam.”

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

1. “Untuk mengetahui posisi perusahaan terhadap kewajiban kepada pihak lainnya (kreditor).
2. Untuk menilai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kewajiban yang bersifat tetap (seperti angsuran pinjaman termasuk bunga).
3. Untuk menilai keseimbangan antara nilai aktiva khususnya aktiva tetap dengan modal.
4. Untuk menilai seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang.
5. Untuk menilai seberapa besar pengaruh utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva.
6. Untuk menilai atau mengukur berapa bagian dari setiap rupiah modal sendiri yang dijadikan jaminan utang jangka Panjang.
7. Untuk menilai berapa dana pinjaman yang segera akan ditagih, terdapat sekian kalinya modal sendiri yang dimiliki.”

Menurut Sartono (2010:120) rasio *leverage* secara umum ada 5 yaitu:

1. “*Debt Ratio*”

Rumus *Debt Ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Aktiva}}$$

Semakin tinggi rasio ini maka semakin besar resiko yang dihadapi dan investor akan meminta tingkat keuntungan yang semakin tinggi. Rasio yang tinggi juga menunjukkan proporsi modal sendiri yang rendah untuk membiayai aktiva.

2. *Debt to Equity Ratio*

Rumus *Debt to Equity Ratio* sebagai berikut:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Utang}}{\text{Total Modal Sendiri}}$$

*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.

3. *Time Interest Earned Ratio*

Rumus *Time Interest Earned* sebagai berikut:

$$\text{Time Interest Earned} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Beban bunga}}$$

*Time Interest Earned Ratio* adalah rasio antara laba sebelum pajak dan bunga (EBIT) dengan beban bunga. Rasio ini mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya berupa bunga, atau mengukur seberapa jauh laba dapat berkurang tanpa perusahaan mengalami kesulitan keuangan karena tidak mampu membayar bunga.

4. *Fixed Charge Coverage Ratio*

Rumus *Fixed Charge Coverage* sebagai berikut:

$$\text{Fixed Charge Coverage Ratio} = \frac{\text{EBIT} + \text{Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}{\text{Beban Bunga} + \text{Pembayaran Sewa}}$$

*Fixed Charge Coverage Ratio* mengukur berapa besar kemampuan perusahaan untuk menutup beban tetapnya termasuk pembayaran dividen saham preferen, bunga, angsuran pinjaman, dan sewa. Karena tidak jarang

perusahaan menyewa aktiva dari perusahaan *leasing* dan harus membayar angsuran tertentu.

5. *Debt Service Coverage Ratio*

Rumus *Debt Service Coverage* sebagai berikut:

$$\text{Debt Service Coverage} = \frac{\text{Laba sebelum bunga dan pajak}}{\text{Bunga} + \text{Sewa} + \frac{\text{Angsuran pokok pinjaman}}{(1 - \text{tarif pajak})}}$$

*Debt Service Coverage Ratio* mengukur kemampuan perusahaan memenuhi beban tetapnya termasuk angsuran pokok pinjaman. Jadi sama dengan *leverage* yang lain, hanya dengan memasukkan angsuran pokok pinjaman.

Menurut hipotesis utang/ekuitas (*Debt / Equity Hypothesis*) manajer akan berusaha untuk menghindari perjanjian utang dengan memilih metode-metode akuntansi yang dapat meningkatkan laba. Berkaitan dengan *leverage*, salah satu alternatif sumber dana perusahaan selain menjual saham di pasar modal adalah melalui sumber dana eksternal berupa utang. Utang yang dipergunakan secara efektif dan efisien akan meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Werner R. Murhadi (2013:61) *Debt to Equity Ratio* adalah rasio yang menunjukkan perbandingan antara utang dan ekuitas perusahaan. Semakin tinggi DER maka akan semakin berisiko perusahaan. Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa *Debt to Equity Ratio* (DER) adalah cara untuk mengukur besarnya pemodalannya yang diberikan oleh kreditor terhadap perusahaan.

Besarnya rasio *leverage* dalam penelitian ini diperoleh dari perbandingan total utang perusahaan dengan total aset yang dimiliki perusahaan. Data ini didapatkan dalam laporan posisi keuangan perusahaan dari entitas induk dan perusahaan anak.

Rumus yang digunakan dalam perhitungan *Debt to Equity Ratio*:

$$\text{Debt to Equity Ratio} = \frac{\text{Total Hutang}}{\text{Total Ekuitas}}$$

#### 2.1.4 Kepemilikan Manajerial

Menurut Downes dan Goodman (1999):

“kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham yang juga berarti dalam hal ini sebagai pemilik dalam perusahaan dari pihak manajemen yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada suatu perusahaan yang bersangkutan.”

Struktur kepemilikan manajerial dapat dijelaskan melalui dua sudut pandang, yaitu pendekatan keagenan dan pendekatan ketidakseimbangan. Pendekatan keagenan menganggap struktur kepemilikan manajerial sebagai suatu instrument atau alat yang digunakan untuk mengurangi konflik keagenan di antara beberapa klaim terhadap sebuah perusahaan. Pendekatan ketidakseimbangan informasi memandang mekanisme struktur kepemilikan manajerial sebagai suatu cara untuk mengurangi ketidakseimbangan informasi antara *insider* dengan *outsider* melalui pengungkapan informasi di dalam perusahaan.

Menurut Irfana & Muid (2012:1):

“kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki manajer dan direktur perusahaan. Dengan adanya kepemilikan manajerial, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga potensi kesulitan keuangan dapat dihindari. Kepemilikan ini akan menjajarkan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebab dengan besarnya saham.”

Menurut Manurung (2017:1):

“kepemilikan manajerial adalah para pemegang saham oleh pihak manajemen yang juga berarti dalam hal ini manajemen sebagai pemilik dalam perusahaan yang secara aktif ikut dalam pengambilan keputusan pada sebuah perusahaan.”

Pendekatan keagenan menganggap struktur kepemilikan manajerial sebagai suatu instrument atau alat yang digunakan untuk mengurangi konflik keagenan diantara beberapa klaim terhadap sebuah perusahaan. Pendekatan ketidakseimbangan informasi antara pemegang saham dengan manajemen perusahaan melalui pengungkapan informasi didalam perusahaan. Besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan dapat mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa manajer yang mempunyai kepemilikan saham di perusahaan akan cenderung bertindak sesuai dengan kepentingan pemegang saham karena terdapat kesamaan kepentingan antara keduanya.

Adanya kepemilikan manajerial, manajemen tidak hanya berfungsi sebagai pengelola perusahaan namun juga sebagai pemegang saham. Kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Sehingga permasalahan keagenan diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer bertindak sekaligus sebagai seorang pemilik. Besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan dapat mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham.

Kepemilikan manajerial dalam penelitian ini diperoleh dalam catatan atas laporan keuangan perusahaan dari entitas induk dan perusahaan anak pada bagian

modal saham dengan cara menghitung jumlah persentase saham yang dimiliki oleh manajer dan dewan komisaris perusahaan.

### 2.1.5 Manajemen Laba (*Earning Management*)

Manajemen laba sebagai bentuk dari manipulasi laporan keuangan, hingga saat ini belum mempunyai Batasan mengenai definisi dari manajemen laba.

Menurut Scott (2009:403) mendefinisikan bahwa:

“Manajemen laba sebagai pilihan bagi manajer atas kebijakan akuntansi dari berbagai kebijakan yang diperbolehkan dalam standar, untuk mencapai tujuan khusus. “

Healy dan Wahlen (1998:6) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

*“Earning management occurs when managers use judgment in financial reporting and in structuring transaction to alter financial reports to either mislead some stakeholder about the underlying economic performance of the company, or to influence contractual outcomes that depend on reported accounting numbers. (manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan mengubah transaksi untuk mengubah laporan keuangan yang akan menyesatkan stakeholder mengenai gambaran kinerja ekonomi perusahaan, atau untuk memengaruhi hasil kontrak yang tergantung pada angka akuntansi yang dilaporkan tersebut).”*

Adapun Schipper (1989:92), sebagaimana dikutip oleh Alzoubi (2012:247) mendefinisikan:

*“Manajemen laba sebagai intervensi (manajemen) dalam proses pelaporan keuangan (yang ditujukan) untuk kepentingan eksternal dengan tujuan mendapatkan keuntungan pribadi (purposeful intervention in the external financial reporting process with the intent of obtaining some private gains).”*

Berdasarkan pengertian manajemen laba di atas, dapat dijelaskan bahwa manajemen laba merupakan pengelolaan laba oleh manajemen yang masih dalam batas standar untuk tujuan tertentu. Manajemen laba intinya tidak harus dikaitkan

dengan upaya untuk memanipulasi data atau informasi akuntansi, tetapi lebih condong dikaitkan dengan pemilihan metode akuntansi untuk mengatur keuntungan yang bisa dilakukan karena memang diperkenankan menurut kebijakan akuntansi.

Scott (2009:337) menyebutkan beberapa motivasi manajemen untuk melakukan manajemen laba, yaitu:

1) *“Bonus Purpose*

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

2) *Political Motivation*

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

3) *Taxation Motivation*

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

4) Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa pension akan cenderung menaikkan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Jika kinerja perusahaan buruk, maka 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 melakukan *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.”

Ada beberapa cara yang dipakai perusahaan untuk mempermainkan besar kecilnya laba, menurut Sulistyanto (2012:34) sebagai berikut:

1. “Mengakui dan Mencatat Pendapatan Lebih Cepat Satu Periode atau Lebih

Upaya ini dilakukan manajer dengan mengakui dan mencatat pendapatan periode-periode yang akan datang atau pendapatan yang secara pasti belum dapat ditentukan kapan dapat terealisasi sebagai pendapat periode berjalan (*current revenue*). Hal ini mengakibatkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih besar daripada pendapatan sesungguhnya meningkatnya pendapatan ini membuat laba periode berjalan juga menjadi lebih besar daripada laba sesungguhnya. Akibatnya, kinerja perusahaan periode berjalan seolah-olah lebih bagus bila dibandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi investor akan mau membeli sahamnya, menaikkan posisi perusahaan ke level lebih baik.

2. Mengakui Pendapatan Lebih Cepat Satu Periode atau Lebih

Upaya ini dilakukan mengakui pendapatan periode berjalan menjadi pendapatan periode sebelumnya. Pendapatan periode berjalan menjadi lebih kecil daripada pendapatan sesungguhnya. Semakin kecil pendapatan akan membuat laba periode berjalan juga menjadi semakin kecil daripada laba sesungguhnya. Akibatnya kinerja perusahaan untuk periode berjalan seolah-olah lebih buruk atau kecil bila dibandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi keputusan investor agar menjual sahamnya. (*management buyout*), mengecilkan pajak yang harus dibayar kepada pemerintah dan menghindari kewajiban pembayaran hutang.

3. Mencatat Pendapatan Palsu

Upaya ini dilakukan manajer dengan mencatat pendapatan dari suatu transaksi yang sebenarnya tidak pernah terjadi sehingga pendapatan ini juga tidak akan pernah terealisasi sampai kapanpun. Upaya ini mengakibatkan pendapatan periode berjalan menjadi lebih besar daripada pendapatan sesungguhnya. Meningkatnya pendapatan ini membuat laba periode berjalan juga menjadi lebih besar daripada laba sesungguhnya. Akibatnya, kinerja perusahaan periode berjalan seolah-olah lebih bagus bila dibandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Upaya ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi investor agar membeli sahamnya, menaikkan posisi perusahaan ke level yang lebih baik dan sebagainya.



4. Mengakui dan Mencatat Biaya Lebih Cepat atau Lambat

Upaya ini dapat dilakukan manajer mengakui dan mencatat biaya periode-periode yang akan datang sebagai biaya periode berjalan (*current cost*). Upaya semacam ini membuat biaya periode berjalan menjadi lebih besar daripada biaya sesungguhnya. Meningkatnya biaya ini membuat laba berjalan juga akan menjadi lebih kecil daripada sesungguhnya. Akibatnya, kinerja perusahaan untuk periode berjalan seolah-olah lebih buruk atau kecil bila dibandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Meskipun hal ini akan mengakibatkan biaya periode-periode berikutnya menjadi lebih kecil dan sebaliknya, laba periode berikutnya akan menjadi lebih besar dibandingkan pendapatan atau laba sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi keputusan investor agar menjual sahamnya (*management buyout*), mengecilkkan pajak, dan menghindari kewajiban pembayaran hutang.

5. Mengakui dan Mencatat Biaya Lebih Lambat

Upaya ini dapat dilakukan dengan mengakui biaya periode jalan menjadi biaya periode sebelumnya. Hingga biaya periode berjalan menjadi lebih kecil daripada biaya sesungguhnya. Semakin kecilnya biaya ini membuat laba periode berjalan juga akan menjadi lebih besar daripada laba sesungguhnya. Akibatnya, membuat kinerja perusahaan untuk periode berjalan seolah-olah lebih baik atau besar bila di bandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Upaya ini dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi investor agar membeli sahamnya, menaikkan posisi perusahaan ke level yang lebih baik.

6. Tidak Mengungkapkan Semua Kewajiban

Upaya ini dapat dilakukan manajer dengan cara menyembunyikan seluruh atau sebagian kewajibannya sehingga kewajiban periode berjalan menjadi lebih kecil daripada kewajiban sesungguhnya. Menurunnya kewajiban berupa hutang ini akan membuat biaya bunga periode berjalan menjadi lebih kecil sesungguhnya sehingga laba periode berjalan pun akan menjadi lebih kecil daripada laba sesungguhnya. Akibatnya, membuat kinerja perusahaan untuk periode berjalan seolah-olah lebih bagus bila dibandingkan dengan kinerja sesungguhnya. Upaya semacam ini dilakukan perusahaan untuk memperngaruhi keputusan investor agar mau membeli saham yang ditawarkannya, menghindari kebijak mutipapan, dan sebagainya.”

Manajemen laba memiliki pola-pola tertentu di dalam praktisnya. Menurut

Scott (2009:383) manajemen laba dilakukan dengan pola sebagai berikut:

1) *“Taking a bath*

Pola manajemen laba yang melaporkan laba pada periode berjalan dengan nilai yang sangat rendah atau sangat tinggi.

2) *Income minimization*

Pola manajemen ini seperti *taking a bath* tapi tidak lebih ekstrim dibandingkan dengan pola *taking a bath*. Menjadikan laba di periode berjalan lebih rendah dari pada laba sesungguhnya.

3) *Income maximization*

Pola manajemen lab aini berkebalikan dengan *income minimization*. Melaporkan laba lebih tinggi dari pada laba sesungguhnya.

4) *Income smoothing*

Pola manajemen laba yang paling menarik yaitu dengan cara melaporkan tingkatan laba yang cenderung berfluktualisasi yang normal pada periode-periode tertentu.”

Pada umumnya pendeteksian manajemen laba dilakukan dengan menggunakan pendekatan *accrual*. Pendekatan ini akan menggunakan pengukuran berbasis akrual (*accrual based measures*) dalam mendeteksi ada tidaknya manipulasi. Perbedaan pemahaman terhadap manajemen laba juga mendorong semakin berkembangnya model empiris yang digunakan untuk mengidentifikasi aktivitas rekayasa manajerial. Secara umum ada tiga kelompok model empiris manajemen laba yang diklasifikasikan atas dasar basis pengukuran yang digunakan, yaitu model yang berbasis akrual agregat (*aggregate accruals*), akrual khusus (*specific accruals*), dan distribusi laba (*distribution of earnings*).

Namun sejauh ini hanya model berbasis *aggregate accrual* yang diterima secara umum sebagai model yang memberikan hasil paling kuat dalam mendeteksi manajemen laba. Alasannya, model empiris ini sejalan dengan akuntansi berbasis akrual (*accruals basis of accounting*) yang selama ini banyak dipergunakan oleh

dunia usaha. Model akuntansi ini merupakan pencatatan yang membuat munculnya komponen akrual yang mudah untuk dipermainkan besar kecilnya penyebabnya adalah komponen akrual merupakan komponen yang muncul dari transaksi-transaksi yang tidak disertai penerimaan dan pengeluaran kas. Alasan kedua, model *aggregate accrual* menggunakan semua komponen laporan keuangan untuk mendeteksi rekayasa keuangan ini. Hal ini sejalan dengan basis akuntansi yang selama ini diterima umum, sebab akrual memang ada dalam setiap komponen laporan keuangan tanpa terkecuali, baik dalam aktiva tetap maupun lancar dan pasiva jangka pendek maupun jangka panjang.

Menurut Sulistyanto (2008), model berbasis akrual merupakan model yang menggunakan *discretionary accrual* sebagai proksi manajemen laba. Model manajemen laba ini dikembangkan oleh Healy (1985), DeAngelo (1986), Jones (1991) serta Dechow, Sloan dan Sweneey (1995).

Dalam penelitian ini manajemen laba dapat diukur dengan menggunakan proksi *discretionary accrual*. *Discretionary accrual* (DA) merupakan tingkat akrual yang tidak normal yang berasal dari kebijakan manajemen untuk melakukan rekayasa terhadap laba sesuai dengan yang mereka inginkan. Berdasarkan Model DeAngelo, bahwa tingkat akrual yang *nondiscretionary* mengikuti pola *random walk*. Dengan demikian tingkat akrual yang *nondiscretionary* perusahaan  $i$  pada periode  $t$  diasumsikan sama dengan tingkat akrual yang *nondiscretionary* pada periode ke  $t-1$ . Jadi, selisih total akrual antara periode  $t$  dan  $t-1$  merupakan tingkat akrual *discretionary*. Dalam model ini, menurut Kurniawati (2018) model DeAngelo menggunakan total akrual  $t-1$  sebagai akrual *nondiscretionary*.

Perhitungan *discretionary accruals* menurut Kurniawati (2018) adalah sebagai berikut:

$$DA_{it} = \frac{(TA_{it} - TA_{it-1})}{A_{it-1}}$$

Keterangan:

$DA_{it}$  = *Discretionary accruals* pada periode tes (t)

$TA_{it}$  = *Total accruals* pada perusahaan periode tes (t)

$TA_{it-1}$  = *Total accruals* pada perusahaan periode sebelumnya (t-1)

$A_{it-1}$  = Total aktiva perusahaan pada periode sebelumnya (t-1)

Dalam mencari nilai *total accruals* menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan:

$N_{it}$  = *Net Income* pada periode tes (t)

$CFO_{it}$  = *Cash Flow Operation* pada perusahaan periode tes (t)

## 2.2 Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Ni Luh Floriani Ria Dimarcia dan Komang Ayu Krisnadewi (2016)	Pengaruh Diversifikasi Operasi, <i>Leverage</i> , dan Kepemilikan Manajerial Pada Manajemen Laba	Variabel X : Diversifikasi Operasi, <i>Leverage</i> dan Kepemilikan Manajerial  Variabel Y : Manajemen Laba	Diversifikasi Operasi dan <i>Leverage</i> tidak berpengaruh pada Manajemen Laba. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif pada Manajemen Laba.
Kelvin Gunarto dan Ernie Riswandari (2019)	Pengaruh Diversifikasi Operasi, Kepemilikan Manajerial, Komite Audit dan Kualitas Audit Terhadap Manajemen Laba	Variabel X : Diversifikasi Operasi, Kepemilikan Manajerial, Komite Audit dan Kualitas Audit  Variabel Y : Manajemen Laba	Diversifikasi Operasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba.
Ratih Indraswari (2010)	Pengaruh Status Internasional, Diversifikasi Operasi dan <i>Legal Origin</i> Terhadap Manajemen Laba (Studi Perusahaan Asia yang Terdaftar di NYSE)	Variabel X : Status Internasional, Diversifikasi Operasi dan <i>Legal origin</i>  Variabel Y : Manajemen Laba	Diversifikasi Operasi berpengaruh terhadap Manajemen Laba.

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Dian Agustia (2013)	Pengaruh Faktor <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Free Cash Flow</i> dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba	Variabel X: <i>Good Corporate Governance</i> , <i>Free Cash Flow</i> dan <i>Ratio Leverage</i>  Variabel Y: Manajemen Laba	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
Ayu Yuni Astuti, Elva Nuraina dan Anita Langgeng Wijaya (2017)	Pengaruh Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba	Variabel X: Ukuran Perusahaan dan <i>Leverage</i>  Variabel Y: Manajemen Laba	<i>Leverage</i> berpengaruh terhadap Manajemen Laba
Yofi Prima Agustia dan Elly Suryani (2018)	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba (Studi Pada Perusahaan Pertambangan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2016)	Variabel X: Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, <i>Leverage</i> dan Profitabilitas  Variabel Y: Manajemen Laba	<i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba
Indra Kusumawardhani (2012)	Pengaruh <i>Corporate Governance</i> , Struktur Kepemilikan dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba	Variabel X: <i>Corporate Governance</i> , Kepemilikan Institusional, Kepemilikan Manajerial dan <i>firm size</i>  Variabel Y: Manajemen Laba	Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba.

Peneliti	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
Nelli Novyarni dan Chandra Wijaya (2018)	Pengaruh <i>Good Corporate Governance</i> , Diversifikasi Operasi, Diversifikasi Geografis dan <i>Size</i> Terhadap Manajemen Laba	Variabel X: <i>Good Corporate Governance</i> , Diversifikasi Operasi, Diversifikasi Geografis dan <i>Size</i>  Variabel Y: Manajemen Laba	Diversifikasi Operasi berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.

Sumber: Penelitian Terdahulu

## 2.3 Kerangka Pemikiran

### 2.3.1 Diversifikasi Operasi Terhadap Manajemen Laba

Perusahaan yang terdiversifikasi industri beroperasi pada segmen-segmen bisnis yang berbeda. Diversifikasi operasi dalam PSAK No. 5 Tahun 2013 (Revisi 2009) tentang segmen operasi disebutkan bahwa segmen usaha adalah komponen perusahaan yang terlibat dalam aktivitas usaha dan memperoleh pendapatan dan menimbulkan beban yang hasilnya dikaji ulang secara reguler oleh pengambil keputusan operasional untuk alokasi sumber daya dan menilai kinerja, dimana informasi keuangannya dibuat secara terpisah.

Diversifikasi menghasilkan efisiensi bagi perusahaan untuk melakukan operasi lintas batas dalam sebuah perusahaan, daripada bertukar barang atau jasa lintas batas melalui impor atau ekspor antara perusahaan yang berbeda dan untuk mengembangkan jenis produk yang baru atau memperluas pasar mereka. Perusahaan meyakini bahwa tindakan ini akan menambah profitabilitas karena

banyaknya segmen bisnis yang ada sehingga sumber pemasukan perusahaan akan lebih banyak.

Menurut penelitian dari Indraswari (2012) bahwa:

Diversifikasi Operasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Manajemen perusahaan dengan segmen bisnis yang beragam terbukti melakukan manajemen laba dengan arah menaikkan laba.

Menurut penelitian dari Gunarto dan Riswandari (2019) bahwa:

Diversifikasi Operasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Dengan kata lain semakin tinggi diversifikasi operasi, maka semakin tinggi tingkat manajemen laba. Ketika suatu divisi mengalami kinerja yang buruk, maka pihak manajemen akan dihadapkan pilihan untuk mengeleminasi segmen tersebut atau memalsukan informasi laporan keuangan pada segmen perusahaan tersebut. Berdasarkan motivasi manajemen laba dimana pihak manajemen akan mengejar bonus yang dijanjikan pihak prinsipal, tentu pihak manajemen cenderung akan melakukan manajemen laba dimana informasi akan segmen yang memiliki kinerja buruk tersebut akan disajikan secara menarik atau disamarkan dan prinsipal tentu akan menganggap bahwa pihak manajemen mampu menjalankan setiap segmen operasi perusahaan dengan maksimal.



Menurut penelitian Novyarni dan Wijaya (2018) bahwa:

Diversifikasi Operasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal tersebut menunjukkan semakin banyak diversifikasi operasi yang dimiliki perusahaan semakin tinggi pula kemungkinan melakukan manajemen laba.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka di ajukan hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

**H1: Diversifikasi Operasi Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Laba.**

### **2.3.2 *Leverage* Terhadap Manajemen Laba**

*Leverage* merupakan suatu alat penting dalam pengukuran efektivitas penggunaan utang perusahaan. *Leverage* dapat menjadi tolak ukur mengenai manajemen laba yang dilakukan perusahaan. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang tinggi berarti memiliki liabilitas yang lebih besar jika dibandingkan dengan aset yang dimiliki, hal ini mengakibatkan risiko dan tekanan yang besar pada perusahaan. Semakin besar rasio *leverage* menunjukkan porsi penggunaan utang dalam membiayai investasi pada aset semakin besar, yang berarti pula risiko keuangan perusahaan meningkat, dan sebaliknya. Kreditor secara umum lebih menyukai jika rasio utang yang dimiliki perusahaan lebih rendah karena semakin rendah rasio utang maka semakin tinggi tingkat pendanaan perusahaan yang

disediakan oleh pemegang saham dan semakin besar perlindungan bagi kreditor atas risiko tidak terbayarnya utang.

Menurut Hanafi dan Halim (2016:29) *leverage* 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 masa lalu. Utang muncul terutama karena penundaan pembayaran untuk barang atau jasa yang telah diterima oleh organisasi dan dari dana yang dipinjam.

Menurut hasil penelitian dari Agustia Dian (2013) bahwa:

*Leverage ratio* berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi, berarti proporsi hutangnya lebih tinggi dibandingkan dengan proporsi aktiva akan cenderung melakukan manipulasi dalam bentuk manajemen laba.

Menurut penelitian Astuti, Nuraina dan Wijaya (2017) bahwa:

*Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Semakin besar rasio *leverage* menunjukkan bahwa semakin besar tingkat ketergantungan perusahaan terhadap pihak eksternal (kreditor) dan semakin besar juga beban biaya hutang (biaya bunga) yang harus dibayar oleh pihak perusahaan. Manajemen akan membuat kebijakan manajemen laba yang dapat meningkatkan pendapatan, misalnya untuk memperbaiki posisi *bargaining-*

nya saat negosiasi utang atau untuk mendapatkan dana dari kreditor atau investor.

Menurut penelitian Agustia dan Suryani (2018) bahwa:

*Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal ini menunjukkan semakin besar *leverage*, maka semakin besar kemungkinan perusahaan melaksanakan tindakan manajemen laba. Sebaliknya semakin kecil *leverage*, maka semakin kecil kemungkinan perusahaan melaksanakan tindakan manajemen laba.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka di ajukan hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

**H2: *Leverage* Berpengaruh Positif Terhadap Manajemen Laba.**

### **2.3.3 Kepemilikan Manajerial Terhadap Manajemen Laba**

Secara teoritis ketika kepemilikan manajemen rendah, maka insentif terhadap kemungkinan terjadinya perilaku oportunistik manajer akan meningkat. Beberapa penelitian juga mendukung manipulasi terhadap manajemen laba sering dilakukan oleh manajemen. Laba yang kurang berkualitas bisa terjadi karena dalam menjalankan bisnis perusahaan, manajemen bukan merupakan pemilik perusahaan. Pemisahan kepemilikan ini akan dapat menimbulkan konflik dalam pengendalian dan pelaksanaan pengelolaan perusahaan yang menyebabkan para manajer bertindak tidak sesuai dengan keinginan para pemilik.

Menurut Irfana & Muid (2012) kepemilikan manajerial merupakan saham yang dimiliki manajer dan direktur perusahaan. Dengan adanya kepemilikan manajerial, perusahaan diharapkan dapat meningkatkan nilai perusahaan sehingga potensi kesulitan keuangan dapat dihindari. Kepemilikan ini akan menjajarkan kepentingan manajemen dan pemegang saham, sebab dengan besarnya saham.

Adanya kepemilikan manajerial, manajemen tidak hanya berfungsi sebagai pengelola perusahaan namun juga sebagai pemegang saham. Kepemilikan manajemen terhadap saham perusahaan dipandang dapat menyelaraskan potensi perbedaan kepentingan antara pemegang saham luar dengan manajemen. Sehingga permasalahan keagenan diasumsikan akan hilang apabila seorang manajer bertindak sekaligus sebagai seorang pemilik. Besar kecilnya jumlah kepemilikan saham manajerial dalam perusahaan dapat mengindikasikan adanya kesamaan kepentingan antara manajemen dengan pemegang saham. Semakin besar kepemilikan manajemen dalam perusahaan maka manajemen akan cenderung untuk berusaha meningkatkan kinerjanya untuk kepentingan pemegang saham dan untuk kepentingan dirinya sendiri (Jensen dan Meckling, dalam Dimarcia dan Krisnadewi 2016).

Menurut hasil penelitian dari Dimarcia dan Krisnadewi (2016) bahwa:

Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Meningkatkan kepemilikan manajerial akan menyelaraskan atau menyatukan kepentingan manajer dengan pemegang saham sehingga mengurangi perilaku

oportunistik manajemen yang akhirnya dapat mengurangi tindakan manajemen laba yang dilakukan pihak manajemen perusahaan.

Menurut hasil penelitian dari Gunarto dan Riswandari (2019) bahwa:

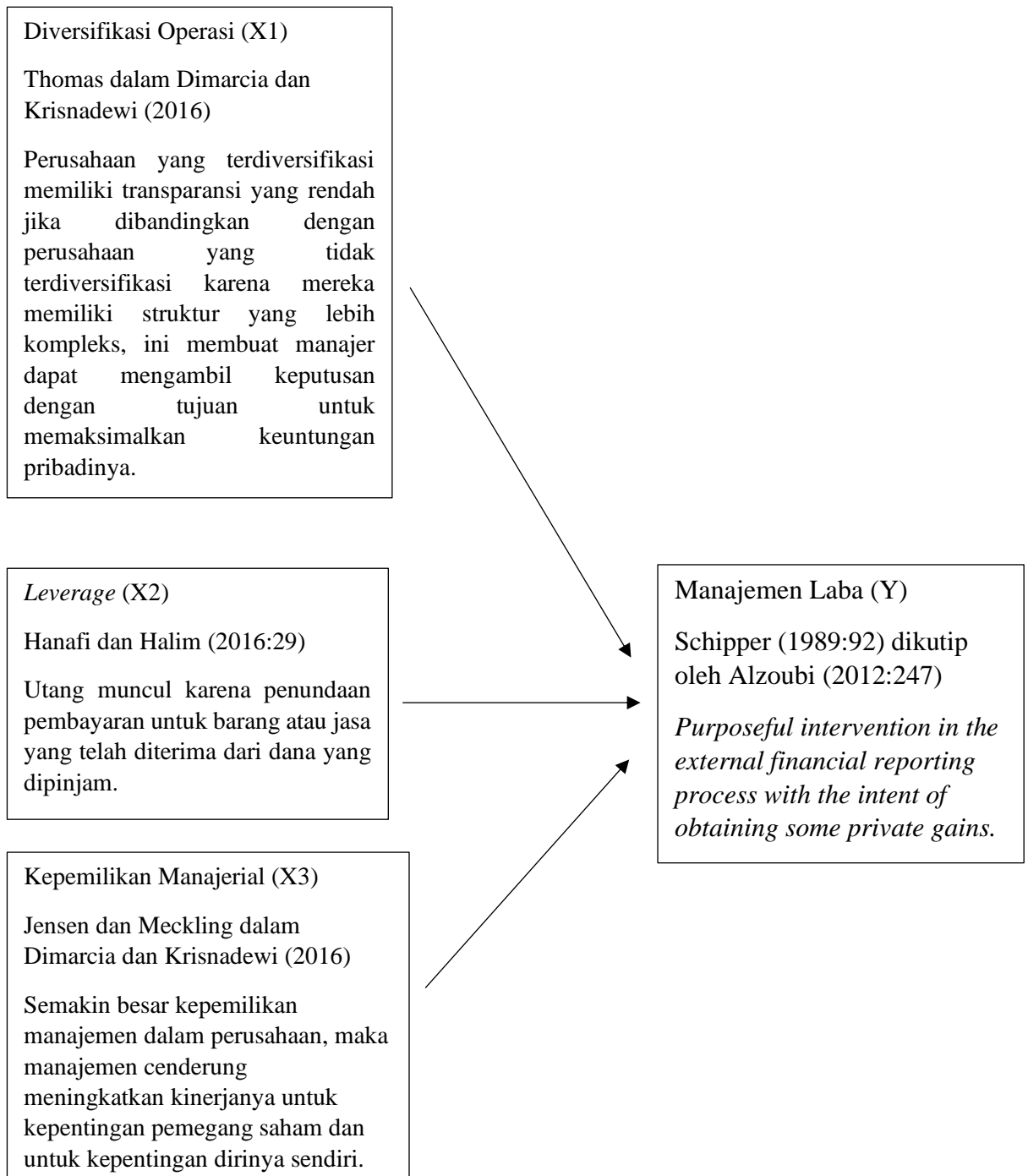
Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Semakin tinggi kepemilikan manajerial maka akan semakin menurunkan kemungkinan terjadinya manajemen laba. Dengan meningkatkan kepemilikan manajerial maka akan menyatukan kepentingan antara manajer dan para pemegang saham sehingga menghilangkan tindakan yang bersifat oportunistik bagi kelompok tertentu.

Menurut hasil penelitian dari Kusumawardhani (2012) bahwa:

Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Jika kepemilikan manajerial tinggi, maka manajemen cenderung tidak melakukan manajemen laba.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka di ajukan hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

**H3: Kepemilikan Manajerial Berpengaruh Negatif Terhadap Manajemen Laba.**



**Sumber: Peneliti, 2022**

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Pemikiran**

## 2.4 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:59) bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan penelitian masalah yang didasarkan atas teori yang relevan.

Dari definisi dan pengertian tentang hipotesis tersebut dapat disimpulkan secara sederhana bahwa hipotesis adalah pernyataan hubungan antara variabel dengan variabel, yang bersifat sementara atau bersifat dugaan, atau yang masih lemah. Lemah dalam hal ini berkaitan dengan benar tidaknya pernyataan yang dibuat dalam hipotesis, bukan hubungan antar variabel nya yang lemah.

Berdasarkan kajian teori dan kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1: “Diversifikasi Operasi berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba”.
2. Hipotesis 2: “*Leverage* berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba”.
3. Hipotesis 3: “Kepemilikan Manajerial berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba”.