

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Laporan keuangan merupakan salah satu sumber informasi mengenai kondisi dan kinerja suatu perusahaan bagi pihak eksternal. Informasi tersebut menyangkut posisi keuangan, kinerja serta perubahan posisi keuangan suatu perusahaan, dan manfaat bagi sejumlah pemakai laporan keuangan dalam pengambilan keputusan ekonomi. Salah satu elemen penting dalam laporan keuangan yang digunakan untuk mengukur kinerja manajemen adalah laba. Informasi laba digunakan oleh investor atau pihak lain yang berkepentingan sebagai indikator efisiensi penggunaan dana yang tertanam dalam perusahaan yang diwujudkan dalam tingkat pengembalian dan indikator untuk kenaikan kemakmuran (Agustia, 2013).

Informasi laba merupakan hal utama untuk menaksir kinerja atau prestasi manajemen. Manajer yang bertugas mengelola perusahaan seringkali memiliki kepentingan yang berbeda dengan investor. Kepentingan yang berbeda ini sering kali diwujudkan dalam bentuk manajemen laba. secara umum manajemen laba di definisikan sebagai upaya manajer perusahaan untuk mengintervensi atau mempengaruhi informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan (Sosiawan, 2012).

Manajemen laba terjadi ketika para manajer menggunakan pertimbangan mereka dalam pelaporan keuangan dan struktur transaksi untuk mengubah laporan keuangan. Ketika manajemen tidak berhasil dalam mencapai target labanya, maka manajemen akan melakukan modifikasi dalam pelaporannya dengan cara memilih dan menerapkan metode akuntansi yang dapat menunjukkan pencapaian laba yang lebih baik agar memperlihatkan kinerja perusahaan yang baik. Manajemen laba yang dilakukan perusahaan muncul karena adanya hubungan agensi antara *principal* (pemegang saham) dan *agent* (manajer) (dewi, rahindayati & permanasukma, 2019).

Salah satu jenis perusahaan yang sangat berkembang saat ini adalah perusahaan jasa, dimana perusahaan jasa merupakan perusahaan yang menyediakan jasa terhadap konsumen dengan imbalan sebagai keuntungan yang didapatkan. Kontribusi perusahaan jasa dalam meningkatkan perekonomian indonesia sangatlah besar setiap tahunnya mengalami peningkatan dan memberikan peluang yang cukup besar sehingga banyak investor yang melakukan investasi pada perusahaan jasa. Namun seringkali ditemukan tindakan manajemen laba yang dilakukan untuk kepentingan pribadi dan merugikan struktur yang ada pada perusahaan tersebut. Dalam hal seperti ini di perlukan adanya suatu mekanisme dalam pengendalian yang dapat mensejajarkan perselisihan kepentingan antara kedua belah pihak.

Beberapa fenomena kasus manajemen laba pada perusahaan jasa yaitu pada kasus PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI) dan PT. Kimia

Farma Tbk. Kasus PT. KAI terdeteksi adanya kecurangan dalam penyajian laporan keuangan. Ini merupakan suatu bentuk penipuan yang dapat menyesatkan *investor* dan *stakeholder* lainnya. Diduga terjadi manipulasi data dalam laporan keuangan PT. KAI tahun 2005, dimana perusahaan tersebut dicatat meraih keuntungan sebesar Rp. 6,9 Miliar. Padahal apabila diteliti dan dikaji lebih rinci, perusahaan seharusnya menderita kerugian sebesar Rp. 63 Miliar. Kerugian ini terjadi karena PT. KAI telah tiga tahun tidak dapat menagih pajak pihak ketiga. Tetapi, dalam laporan keuangan itu, pajak pihak ketiga dinyatakan sebagai pendapatan. Padahal, berdasarkan Standar Akuntansi Keuangan, tidak dapat dikelompokkan dalam bentuk pendapatan atau *asset* (Arthawan & Wirasedana, 2018).

Sama halnya dengan kasus pada PT. Kimia Farma Tbk, perusahaan ini diperkirakan melakukan *mark up* laba bersih dalam pelaporan keuangan tahun 2001. Dalam pelaporan keuangan tersebut, Kimia Farma menyebutkan berhasil memperoleh laba sebesar Rp 132 miliar. Namun, laba yang dilaporkan tersebut pada kenyataannya berbeda. Perusahaan farmasi ini pada tahun 2001 sebenarnya hanya memperoleh keuntungan sebesar Rp 99 miliar. (*Tempo.co*, 2003). Dalam hal ini seharusnya auditor yang melakukan penugasan audit mengetahui adanya kekeliruan dalam pencatatan transaksi atau perubahan keuangan tersebut. Manajemen laba ini dapat mengurangi nilai ekonomis atas laporan keuangan dan dapat mengurangi tingkat kepercayaan atas proses pelaporan (Subramanyam dan Wild, 2010:86).

Berkurangnya tingkat kepercayaan atas proses pelaporan akan berdampak pada Pemangku kepentingan yang dapat terlibat dalam suatu bisnis yaitu pemilik atau pemegang saham, kreditor, karyawan, pemasok (*supplier*), konsumen, komunitas, serta lingkungannya itu sendiri. Oleh karena itu, akan mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam pengambilan keputusan oleh pihak-pihak yang berkepentingan dengan perusahaan, khususnya pihak eksternal. Manajemen laba diduga muncul atau dilakukan oleh manajer atau para pembuat laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu organisasi karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan yang dilakukan (Arief, 2014).

Corporate social responsibility atau tanggung jawab sosial perusahaan itu sendiri dapat digambarkan sebagai ketersediaan informasi keuangan dan non keuangan berkaitan dengan interaksi organisasi dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosialnya, yang dapat dibuat dalam laporan tahunan perusahaan atau laporan sosial terpisah. Dalam laporan tahunan perusahaan, *corporate social responsibility* ini tentunya menjadi salah satu strategi bisnis perusahaan untuk meningkatkan laba (Arief, 2014). Penelitian yang dilakukan oleh Arief (2014) menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba dan hal berbeda diungkapkan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yunita, Dewi (2017) *Corporate Social Responsibility* memiliki pengaruh yang positif terhadap manajemen laba dan pada penelitian menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

Leverage merupakan rasio antara total kewajiban dengan total aset. Semakin besar tingkat *leverage* berarti semakin tinggi nilai hutang perusahaan. Perusahaan yang mempunyai rasio *leverage* yang tinggi akibat besarnya jumlah hutang dibandingkan dengan aktiva yang dimiliki perusahaan akan cenderung melakukan manipulasi dalam bentuk manajemen laba. Manajemen diduga akan memilih prosedur akuntansi yang meningkatkan aktiva, mengurangi utang dan meningkatkan pendapatan dengan tujuan untuk menghindari pelanggaran kontrak hutang jangka panjang (Dewi, Rahindayati dan Permanasukma, 2019). Padapenelitian Gunawan, Darmawan, Purnamawati (2015) menunjukkan bahwa *leverage* tidak berpengaruh terhadap manajemen laba dan pada penelitian Mohamad, Boku, Yusuf (2015), *leverage* berpengaruh positif terhadap praktik manajemen laba dan hal yang berbeda juga diungkapkan pada penelitian Almadara, Annisa dan Hapsoro (2017) *Leverage* berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba.

Growth atau pertumbuhan laba merupakan kenaikan laba atau penurunan laba pertahun pada perusahaan. Pertumbuhan laba yang baik, menyatakan bahwa perusahaan mempunyai keuangan yang baik. Hal ini merupakan suatu harapan yang diinginkan oleh pihak eksternal maupun internal perusahaan, semakin tinggi pertumbuhan laba perusahaan, maka semakin besar kebutuhan dana untuk melakukan ekspansi *financial* (anggraini, 2011). Pada penelitian Annisa & Hapsoro (2017) menunjukkan bahwa *growth* berpengaruh positif terhadap manajemen laba, sedangkan

pada penelitian yang dilakukan oleh Arief (2014), *growth* berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

Return on Asset (ROA) digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan menghasilkan laba dengan menggunakan total aset (kekayaan) yang dimiliki perusahaan setelah disesuaikan dengan biaya-biaya untuk menandai aset tersebut (Mohamad, Boku dan Yusuf 2015). Penelitian yang dilakukan oleh Amertha (2013) dan Evadewi, Meiranto (2014) menunjukkan bahwa *return on asset* berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Hal berbeda diungkapkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Mohamad, Boku, Yusuf (2015) menunjukkan bahwa *return on asset* berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

Berdasarkan fenomena dan perbedaan hasil penelitian terdahulu terdapat beberapa *gap research*. Penulis bertujuan mengadakan penelitian dengan variabel berupa *corporate social responsibility*, *leverage*, *growth*, *return on asset* dan manajemen laba, dengan tujuan untuk membuktikan *gap research* yang muncul. Penulis mengambil sampel pada perusahaan jasa yang tercatat pada Bursa Efek Indonesia (BEI) karena saat ini perusahaan jasa sangat berkembang, hal ini dapat dilihat dari banyaknya masyarakat yang membutuhkan jasa. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility*, *leverage*, *growth*, dan *return on asset* terhadap manajemen laba”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah pengungkapan *Corporate Social Responsibility* berpengaruh terhadap manajemen laba ?
2. Apakah *Leverage* berpengaruh terhadap manajemen laba ?
3. Apakah *Growth* berpengaruh terhadap manajemen laba ?
4. Apakah *Return On Asset* berpengaruh terhadap manajemen laba ?

1.3 Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan perumusan masalah di atas tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap manajemen laba.
2. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *Leverage* terhadap manajemen laba.
3. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *Growth* terhadap manajemen laba
4. Untuk menguji dan memperoleh bukti empiris pengaruh *Return On Asset* terhadap manajemen laba.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber pemikiran bagi penelitian selanjutnya.

2. Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis yang diharapkan adalah dapat memberikan manfaat kepada investor dan kreditor dalam memberikan masukan terkait dengan keputusan investasi dan kredit khususnya mengenai penerapan manajemen laba pada perusahaan jasa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Scott (2003:305) mengatakan bahwa *agency theory* adalah perkembangan teori yang mempelajari bagaimana merancang kesepakatan kerja agar dapat memotivasi para agen untuk bekerja sesuai dengan keinginan prinsipal. Teori keagenan juga mengimplikasikan adanya asimetri informasi antara manajer sebagai agen dan dan pemilik sebagai prinsipal. Manajemen sebagai pengelola perusahaan lebih banyak mengetahui informasi internal sehingga terdapat kesenjangan akan luasnya informasi yang dimiliki oleh manajemen dengan pemilik. Sebuah keputusan tidak akan pernah memuaskan pihak agen dan prinsipal secara bersama-sama dan kedua belah pihak tidak akan benar-benar setuju untuk melakukan tindakan tersebut bila tidak ada kontrak yang mengikatnya.

Menurut Eisenhardt (1989) dalam teori keagenan terdapat tiga asumsi sifat manusia, yaitu :

- a. Pada dasarnya manusia mementingkan diri sendiri (*self-interest*)
- b. Daya pikir manusia mengenai persepsi masa depan sangat terbatas (*boundedrationality*)
- c. Manusia selalu berusaha untuk menghindari resiko (*riskaverse*).

Berdasarkan sifat manusia tersebut, dapat kita lihat bahwa seorang manajer sebagai manusia juga dapat melakukan tindakan yang mengutamakan kepentingan pribadinya serta akan melakukan hal-hal

untuk menghindari resiko - resiko yang akan dihadapi. Pihak *principal* mempunyai keinginan memperoleh CSR yang sebanyak-banyaknya sedangkan bagi pihak manajemen mempunyai pertimbangan atas biaya dan manfaat ketika mengambil keputusan melakukan pengungkapan. Karakter manajer perusahaan tentunya mempengaruhi keputusan manajer untuk memutuskan kebijakannya meminimalkan beban dengan mempertimbangkan *growth* atau *leverage*. Hubungan antara ROA dijelaskan oleh teori *agency* melalui *bonus plan hypothesis*, yang mana menyatakan bahwa manajer dengan rencana bonus akan berusaha untuk menaikkan profitabilitas perusahaan, karena profitabilitas yang tinggi akan meningkatkan bonus yang diterima.

Salno dan Baridwan (2000:19), mengemukakan bahwa konsep manajemen laba menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*) yang menyatakan bahwa "praktek *earning management* dipengaruhi oleh konflik antara kepentingan manajemen (*agent*) dan pemilik (*principal*) yang timbul karena setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertimbangkan tingkat kemakmuran yang dikehendaknya" Konflik tersebut dapat muncul akibat pemilik sebagai *principal* tidak dapat memonitor aktivitas manajemen sehari-hari untuk memastikan bahwa pihak manajemen selaku *agent* bekerja sesuai dengan keinginan pemegang saham (pemilik). Perbedaan informasi antara manajemen dan pemilik perusahaan dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan manajemen laba yang dapat menyesatkan pemilik perusahaan mengenai kinerja ekonomi perusahaan.

Hendriksen dan Breda (2000) mengemukakan bahwa teori keagenan menimbulkan masalah-masalah yang disebabkan oleh informasi yang tidak lengkap atau informasi asimetris, yaitu ketika tidak semua keadaan diketahui oleh kedua pihak dan sebagai akibatnya terdapat konsekuensi-konsekuensi tertentu yang tidak dipertimbangkan oleh keduanya.

2.1.2 Teori Legitimasi

Menurut Lindblom (1993), legitimasi merupakan suatu kondisi dimana sistem nilai sebuah entitas sama dengan sistem nilai dari sistem sosial masyarakat dimana suatu entitas menjadi bagian dari masyarakat. Teori legitimasi ini dapat diterapkan pada perusahaan yang melakukan kegiatan tanggung jawab sosial. Perusahaan menjadi bagian dari suatu komunitas dan lingkungannya itu sendiri. Dampak yang ditimbulkan dari aktivitas perusahaan tersebut, akan sangat berpengaruh terhadap masyarakat sekitar, sehingga apa yang dilakukan oleh pihak perusahaan akan kembali lagi kepada masyarakat tersebut. Oleh karena itu, manajemen perusahaan membutuhkan dukungan dari lingkungan masyarakat yang kondusif agar perusahaan dapat beroperasi dengan tenang. Dengan kata lain, perusahaan memerlukan legitimasi dari masyarakat sekitarnya. Hal ini juga sejalan dengan *legitimacy theory* yang menyatakan bahwa perusahaan memiliki kontrak dengan masyarakat untuk melakukan kegiatannya berdasarkan nilai-nilai *justice*, dan bagaimana perusahaan menanggapi berbagai kelompok kepentingan untuk melegitimasi tindakan perusahaan (Arief 2014).

Perusahaan berusaha menjalin hubungan baik dengan masyarakat, salah satunya dengan mengungkapkan tanggung jawab sosialnya. Perusahaan berusaha mempertahankan legitimasinya karena dapat membantu memastikan arus kas masuk modal yang berkelanjutan, tenaga kerja dan pelanggan yang penting untuk viabilitas (Evadewi dan Meiranto, 2014). legitimasi perusahaan dapat ditingkatkan melalui tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Dengan teori ini, perusahaan harus memperhatikan kepentingan dari pihak ketiga, bukan hanya dari pihak perusahaan saja. Semakin banyak perusahaan melakukan kegiatan sosial yang memberikan dampak positif bagi pihak lain membuat manfaat dan kemajuan tersendiri bagi pihak perusahaan (Yunita, 2017).

2.1.3 Corporate Social Responsibility (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial merupakan suatu sikap yang ditunjukkan perusahaan atas komitmennya terhadap para pemangku kepentingan perusahaan atau *stakeholders* dalam mempertanggungjawabkan dampak dari operasi atau aktivitas yang dilakukan perusahaan tersebut baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun lingkungan, serta menjaga agar dampak tersebut memberikan manfaat kepada masyarakat dan lingkungannya.

Menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD), tanggung jawab sosial merupakan sebuah komitmen bisnis untuk memberikan kontribusi bagi pembangunan ekonomi berkelanjutan, melalui kerja sama dengan para karyawan serta perwakilan perusahaan, komunitas setempat maupun masyarakat umum untuk meningkatkan

kualitas kehidupan dengan cara yang bermanfaat, baik bagi kelangsungan bisnis perusahaan maupun untuk pembangunan. Tanggung jawab sosial yang dilakukan perusahaan ini berhubungan erat dengan pembangunan berkelanjutan, dimana suatu organisasi, terutama perusahaan, dalam melaksanakan aktivitasnya harus mendasarkan keputusannya tidak hanya berdasarkan dampaknya dalam aspek ekonomi, misalnya tingkat keuntungan atau deviden, melainkan juga harus menimbang dampak sosial dan lingkungan yang timbul dari keputusannya itu, baik untuk jangka pendek maupun untuk jangka yang lebih panjang.

Brilliant (1988) menyatakan bahwa terdapat beberapa nama lain yang memiliki kemiripan atau bahkan sering diidentikkan dengan tanggung jawab sosial atau CSR ini, antara lain:

- a. Pemberian / Amal Perusahaan (*Corporate Giving / Charity*),
- b. Kedermawanan Perusahaan (*Corporate philanthropy*),
- c. Relasi Kemasyarakatan Perusahaan (*Corporate Community/Public Relations*),
- d. Pengembangan Masyarakat (*Community Development*).

Keempat nama tersebut dapat pula dilihat sebagai dimensi atau pendekatan tanggung jawab sosial dalam konteks Investasi Sosial Perusahaan (*Corporate Social Investment / Investing*). Tanggung jawab sosial ini dapat dikatakan sebagai investasi sosial yang akan menjamin kesinambungan dari usaha yang dilakukan perusahaan saat ini dan merupakan salah satu strategi jangka panjang perusahaan untuk memberikan nilai tambah kepada masyarakat sekitarnya. Tanggung jawab

sosial dapat dikatakan suatu strategi perusahaan untuk membangun citra positif di mata masyarakat yang akan berpengaruh positif pula terhadap perusahaan tersebut.

Terdapat beberapa konsep piramida yang dikembangkan oleh Archie B. Carrol (1999). Konsep piramida ini memberikan pertimbangan teoritis dan logis mengapa sebuah perusahaan perlu menerapkan CSR bagi masyarakat di sekitarnya, yaitu:

a. Tanggung jawab ekonomis

Tujuan utama perusahaan melakukan suatu bisnis adalah untuk menghasilkan laba (*make a profit*). Laba ini menjadi fondasi berdirinya perusahaan. Untuk itu, perusahaan harus memiliki nilai tambah ekonomi sebagai prasyarat agar perusahaan dapat terus hidup (*survive*) dan berkembang.

b. Tanggung jawab legal

Perusahaan yang berdiri di suatu negara harus mentaati hukum yang berlaku di negara tersebut (*obey the law*). Meskipun tujuan utama perusahaan mencari laba, perusahaan tidak boleh melanggar kebijakan dan hukum yang telah ditetapkan pemerintah setempat.

c. Tanggung jawab etis

Perusahaan dalam menjalankan bisnisnya tetap harus memperhatikan etika yang baik, benar, adil, dan wajar (*be ethical*). Norma-norma yang berlaku di masyarakat perlu menjadi rujukan bagi perilaku organisasi perusahaan.

d. Tanggung jawab filantropis

Selain perusahaan harus memperoleh laba, taat hukum dan berperilaku etis, perusahaan dituntut agar dapat memberi kontribusi yang dapat dirasakan secara langsung oleh masyarakat. Tujuannya adalah untuk meningkatkan kualitas kehidupan semua (*be a good citizen*). Para pemilik dan pegawai yang bekerja di perusahaan memiliki tanggung jawab ganda, yakni kepada perusahaan dan kepada publik yang kini dikenal dengan istilah *non-fiduciary responsibility*.

2.1.4 *Leverage*

Leverage adalah perbandingan antara total kewajiban dengan total aktiva perusahaan. Rasio ini menunjukkan besarnya aktiva yang dimiliki perusahaan yang dibiayai dengan hutang. Semakin tinggi nilai *leverage* maka risiko yang akan dihadapi investor akan semakin tinggi dan para investor akan meminta keuntungan yang semakin besar. *Leverage* dalam Van Horne (2007:182) adalah penggunaan biaya tetap dalam usaha untuk meningkatkan profitabilitas. *Leverage* merupakan pedang bermata dua yang mana jika laba perusahaan dapat diperbesar, maka begitu pula dengan kerugiannya. Dengan kata lain, penggunaan *leverage* dalam perusahaan bisa saja meningkatkan laba perusahaan, tetapi bila terjadi sesuatu yang tidak sesuai harapan, maka perusahaan dapat mengalami kerugian yang sama dengan presentase laba yang diharapkan, bahkan mungkin saja lebih besar. *Leverage* dalam konteks bisnis terdiri atas dua macam yaitu *leverage* operasional (*operating leverage*) dan *leverage* keuangan (*financial leverage*). Van Horne (2007:183) juga menyatakan bahwa *leverage* ini menjadi tahapan dalam proses pembesaran laba

perusahaan. Sebagai tahap pertama yaitu *leverage* operasional, yang akan memperbesar pengaruh perubahan dalam penjualan atas perubahan laba operasional. Dalam tahap kedua, manajer keuangan memiliki pilihan untuk menggunakan *leverage* keuangan agar dapat makin memperbesar pengaruh perubahan apa pun yang dihasilkan dalam laba operasional atas perubahan EPS (*Earning Per Share*).

Rasio *leverage* menunjukkan besarnya modal yang berasal dari pinjaman (hutang) yang digunakan untuk membiayai investasi dan operasional perusahaan. Menurut Dewi, Rahidayati dan Permanakusuma (2019), sumber yang berasal dari hutang akan meningkatkan risiko perusahaan. Oleh karena itu, semakin banyak menggunakan hutang maka *leverage* perusahaan akan besar dan semakin besar pula risiko yang dihadapi perusahaan.

2.1.5 Growth

growth atau pertumbuhan laba merupakan suatu kenaikan laba atau penurunan laba pertahun yang biasanya dinyatakan dalam persentase (Dewi, 2017). Apabila suatu perusahaan memiliki kesempatan untuk tumbuh, maka perusahaan tersebut dapat meningkatkan labanya dimasa mendatang. Hal ini menunjukkan bahwa laba yang dihasilkan merupakan laba yang berkualitas. Jadi semakin tinggi kesempatan perusahaan untuk tumbuh dan berkembang maka semakin tinggi pula kualitas laba perusahaan.

2.1.6 *Return On Asset*

Menurut Kasmir (2016:157), rasio profitabilitas merupakan rasio yang menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga dapat memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan. Hal ini ditunjukkan oleh adanya laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Profitabilitas menggambarkan kemampuan badan usaha untuk menghasilkan laba dengan menggunakan seluruh modal yang dimiliki. Rasio profitabilitas mengukur efektifitas manajemen berdasarkan hasil pengembalian yang diperoleh dari penjualan dan investasi. Penilaian profitabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa baik aktivitas - aktivitas bisnis dilaksanakan untuk mencapai tujuan strategis, mengeliminasi pemborosan - pemborosan dan menyajikan informasi tepat waktu untuk melaksanakan penyempurnaan secara berkesinambungan (Supriyono, 1999). Pada dasarnya penggunaan rasio ini untuk menunjukkan tingkat efesiensi suatu perusahaan. Tingkat profitabilitas yang tinggi pada perusahaan akan meningkatkan daya saing antar perusahaan. Perusahaan yang menghasilkan profit tinggi akan membuka lini atau cabang yang baru, kemudian cenderung memperbesar investasi atau membuka investasi baru terkait dengan perusahaan induknya. Profitabilitas terdiri dari beberapa rasio, salah satunya adalah *return on assets* (ROA).

2.1.7 *Manajemen Laba*

Manajemen laba diukur menggunakan proksi *discretionary accrual* (DAC). *Discretionary Accrual* merupakan komponen akrual hasil rekayasa

manajerial dengan memanfaatkan kebebasan dan keleluasaan dalam estimasi dan pemakaian standar akuntansi.

Manajemen laba (*earnings management*) merupakan suatu tindakan manajemen perusahaan untuk mempengaruhi laba yang dilaporkan agar terbentuk informasi mengenai keuntungan ekonomis (*economic advantage*) yang sebenarnya tidak dialami oleh perusahaan (Merchant, 1989). Mempengaruhi laba yang dilaporkan dan memberikan manfaat ekonomi yang keliru terhadap perusahaan dalam jangka panjang akan mengganggu bahkan membahayakan bagi kelangsungan perusahaan itu sendiri. Menurut Assih dan Gudono (2000), manajemen laba merupakan proses yang dilakukan dengan sengaja dalam batasan *General Accepted Accounting Principles (GAAP)* untuk mengarah pada tingkatan laba yang dilaporkan. Manajemen laba membuat informasi keuangan yang disediakan oleh pihak perusahaan menjadi kurang akurat dan menyebabkan para investor maupun pihak lain yang menggunakan laporan keuangan tidak menerima informasi yang cukup akurat pula mengenai labaperusahaan.

Menurut Scott (2003) terdapat beberapa motivasi yang mendorong manajemen melakukan *earnings management*, antara lain sebagai berikut :

1. Motivasi bonus

Manajer akan berusaha mengatur laba bersih perusahaan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan didapatnya.

2. Motivasi kontrak

Manajer menaikkan laba bersih untuk mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami *technical default* dalam utang jangka panjangnya.

3. Motivasi politik

Manajer tidak dapat melepaskan aspek politis dari perusahaan, khususnya perusahaan besar dan industri yang strategis karena aktivitasnya melibatkan hajat hidup orang banyak.

4. Motivasi pajak

Manajer terkadang mengambil tindakan untuk mengurangi laba bersih perusahaan yang dilaporkan untuk pembayaran pajak yang lebih kecil pula.

5. Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*)

Banyak motivasi yang timbul berkaitan dengan CEO, seperti CEO yang mendekati masa pensiun akan meningkatkan bonusnya, CEO yang kurang berhasil memperbaiki kinerjanya untuk menghindari pemecatannya, serta CEO baru yang sengaja melakukan manajemen laba untuk menunjukkan kesalahan dari CEO sebelumnya.

6. Penawaran saham perdana (IPO)

Manajer perusahaan yang *going public* melakukan *earnings management* untuk memperoleh harga yang lebih tinggi atas sahamnya dengan harapan mendapatkan respon pasar yang positif terhadap peramalan laba sebagai sinyal dari nilai perusahaan.

7. Motivasi pasarmodal

Manajer sengaja melakukan manajemen laba misalnya untuk mengungkapkan informasi pribadi yang dimiliki perusahaan kepada investor dan kreditor.

Menurut Stice *et al.* (2009), terdapat empat alasan yang mendorong para manajer untuk memanipulasi laba yang dilaporkan:

1. Memenuhi target internal
2. Memenuhi harapan eksternal
3. Meratakan atau memuluskan laba (*incomes smoothing*)
4. Mempercantik laporan keuangan (*window dressing*) untuk keperluan Penjualan Saham Perdana (*Initial Public Offering-IPO*) atau untuk memperoleh pinjaman dari bank.

Sedangkan berbagai pola yang sering dilakukan manajer dalam melakukan *earnings management* menurut Scott (2003) adalah:

1. *Taking a bath*

Bila perusahaan harus melaporkan laba yang tinggi, manajer akan diminta untuk melaporkan laba yang tinggi pula. Konsekuensinya manajer akan menghapus aset dengan harapan laba yang akan datang dapat meningkat. Bentuk ini mengakui adanya biaya pada periode yang akan datang sebagai kerugian pada periode berjalan, ketika kondisi buruk yang tidak menguntungkan tidak dapat dihindari pada periode tersebut. Untuk itu manajemen harus menghapus beberapa aset dan membebaskan perkiraan biaya yang akan datang pada saat ini serta melakukan *clear the desk*, sehingga laba yang dilaporkan di periode yang akan datang dapat meningkat.

2. *Income minimization*

Income minimization dilakukan sebagai alasan politis pada periode laba yang tinggi dengan mempercepat penghapusan aset tetap dan aset tak berwujud dan mengakui pengeluaran-pengeluaran sebagai biaya. Pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud agar tidak mendapat perhatian secara politis, kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan atas barang modal dan aset tak berwujud, biaya iklan dan pengeluaran untuk penelitian dan pengembangan, hasil akuntansi untuk biaya eksplorasi.

3. *Income maximization*

Tindakan ini bertujuan untuk melaporkan *net income* yang tinggi untuk tujuan bonus yang lebih besar. Perencanaan bonus yang didasarkan pada data akuntansi mendorong manajer untuk memanipulasi data akuntansi tersebut guna menaikkan laba untuk meningkatkan pembayaran bonus tahunan. Jadi tindakan ini dilakukan pada saat laba menurun. Perusahaan yang melakukan pelanggaran perjanjian hutang mungkin akan memaksimalkan pendapatan.

4. *Income smoothing*

Income smoothing dilakukan dengan meratakan laba yang dilaporkan untuk tujuan pelaporan eksternal, terutama bagi investor karena pada umumnya investor lebih menyukai laba yang relatif stabil.

2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya

Selain berpedoman kepada teori-teori yang diperoleh dari literatur-literatur yang dijadikan acuan, penelitian ini juga melihat pada penelitian-penelitian terdahulu yang dilakukan. Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi dasar dalam penelitian ini antara lain:

1. Sosiawan (2012) melakukan peneliti mengenai Pengaruh Kompensasi, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Earnings power* terhadap manajemen laba. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Variabel yang digunakan ialah Kompensasi, *Leverage*, Ukuran Perusahaan, *Earnings Power* sebagai variabel independen dan Manajemen Laba sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah *Leverage* dan *Earnings Power* perusahaan berpengaruh terhadap terjadinya manajemen laba sedangkan Kompensasi dan ukuran perusahaan tidak mempengaruhi terjadinya tindakan manajemen laba.
2. Agustia (2013) melakukan peneliti mengenai Pengaruh Faktor *Good Corporate Governance*, *Free Cash Flow*, dan *Leverage* terhadap Manajemen Laba. Penelitian ini menggunakan teknik analisis Regresi Berganda. Variabel yang digunakan ialah *Good Corporate Governance*, *Free Cash Flow*, *Leverage* sebagai variabel independen dan Manajemen Laba sebagai variabel dependen dengan proksi *Discretionary accrual*. Hasil penelitian ini adalah semua komponen *good corporate governance* (ukuran komite audit, proporsi komite audit independen, kepemilikan institusional dan kepemilikan

manajerial) tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan *leverage* berpengaruh, *free cash flow* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini berarti perusahaan dengan *free cash flow* yang tinggi akan membatasi praktek manajemen laba.

3. Amertha (2013) melakukan peneliti mengenai Pengaruh *return on asset* pada praktik manajemen laba dengan moderasi *corporate governance*. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Moderated Regression Analysis (MRA)* serta uji residual. *Corporate Governance Perception Index (CGPI)* digunakan sebagai proksi dari penerapan CG pada perusahaan. Variabel yang digunakan ialah *Return On Asset*, *Corporate Governance* sebagai variabel independen dan Manajemen Laba sebagai variabel dependen dengan proksi *akrual diskresioner* dan diukur menggunakan *Modified Jones Model*. Hasil penelitian ini adalah ROA serta CG berpengaruh signifikan pada manajemen laba, Selain itu hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate governance* mampu memoderasi hubungan antara ROA pada praktik manajemen laba.
4. Arief (2014) melakukan penelitian mengenai Pengaruh Pengungkapan *Corporate Social Responsibility* terhadap Manajemen Laba. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *regresi ordinary least square*. Variabel yang digunakan ialah *Corporate Social Responsibility (CSR disclosure)* sebagai variabel independen yang diukur menggunakan Indeks CSR (CSRI) yang berpedoman pada GRI dan manajemen laba

yang diukur menggunakan proksi *discretionary accrual*. Penelitian ini juga menggunakan tiga variabel kontrol yaitu *leverage*, *growth*, dan *return on assets*. Hasil penelitian ini adalah Pengungkapan CSR, *Leverage*, *Growth* dan *Return On Asset* berpengaruh negatif terhadap praktik manajemen laba.

5. Evadewi & Meiranto (2014), melakukan penelitian mengenai Pengaruh pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap *earning management : a political cost perspective*. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Variabel yang digunakan ialah *corporate social responsibility* sebagai variabel independen dan *earning management* sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif terhadap *earning management*.
6. Gunawan, Darmawan, Purnamawati (2015), melakukan penelitian mengenai Pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* terhadap manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Data yang digunakan adalah data sekunder. Metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda. Variabel yang digunakan ialah ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage* sebagai variabel independen dan

manajemen laba sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan *leverage* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.

7. Mohamad, Boku, Yusuf (2015) melakukan penelitian mengenai Pengaruh *return on asset* (ROA) dan *Leverage* terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan data sekunder yang dikumpulkan dari situs resmi bursa efek Indonesia yakni www.idx.co.id. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda data panel. Variabel yang digunakan ialah *return on asset* (ROA), *Leverage* sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah *Return On Asset* (ROA) berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap praktik manajemen laba, *Leverage* berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap praktik manajemen laba, serta *Return On Asset* (ROA) dan *Leverage* secara bersama-sama berpengaruh namun tidak signifikan terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia.
8. Suriyani, Yuniarta dan Wikrama (2015) melakukan penelitian mengenai Faktor - faktor yang mempengaruhi manajemen laba (studi empiris) pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode

tahun 2008-2013). Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan Metode pengumpulan data adalah dengan metodedokumentasi. Variabel yang digunakan ialah Kepemilikan institusional, dewan komisaris, persentase saham publik, komite audit, *leverage* sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah Secara parsial tidak terdapat pengaruh antara kepemilikan institusional, dewan komisaris independen, *leverage* terhadap manajemen laba. Namun terdapat pengaruh antara persentase saham publik, komite audit secara parsial terhadap manajemen laba, Secara simultan terdapat pengaruh antara kepemilikan institusional, dewan komisaris, persentase saham publik, komite audit, *leverage* terhadap manajemen laba, Pengaruh paling dominan terhadap manajemen laba adalah variabel presentase saham publik.

9. Annisa & Hapsoro (2017) melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas audit, *leverage*, *growth*, terhadap praktik manajemen laba. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan Metode pengumpulan data adalah dengan metode dokumentasi. Variabel yang digunakan ialah kualitas audit, *leverage*, *growth* sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah kualitas audit dan *growth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba, sedangkan *leverage* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.

10. Yunita (2017) melakukan penelitian mengenai pengungkapan *corporate social responsibility* terhadap manajemen laba. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear berganda dan Metode pengumpulan data adalah dengan metodedokumentasi. Variabel yang digunakan ialah *corporate social responsibility* sebagai variabel independen dan manajemen laba sebagai variabel dependen. Hasil penelitian ini adalah pengungkapan *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba.