

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1. Kajian Pustaka

Teori Keagenan (*Agency Theory*)

Teori dasar yang menjadi landasan bisnis perusahaan adalah teori keagenan. Menurut Pearce II dan Robinson (2008:47) dalam Taco dan Ilat (2017) teori keagenan (*agency theory*) adalah sudut pandang tentang pengendalian organisasi yang didasarkan pada keyakinan bahwa pemisahan kepemilikan dengan manajemen menciptakan keinginan pemilik diabaikan. Ketika pemilik (atau manager) mendelegasikan kekuasaan pengambilan keputusan kepada pihak lain, terdapat hubungan keagenan antara kedua pihak.

Teori keagenan menyatakan bahwa semua manusia akan bertindak untuk kepentingannya sendiri, yang dapat menimbulkan konflik kepentingan. Pihak *principal* akan memaksimalkan profitabilitas perusahaan yang terus meningkat untuk kesejahteraannya atau kepentingannya. Sementara itu, manajemen akan terpacu untuk memaksimalkan kesejahteraan mereka dengan memilih prinsip-prinsip akuntansi yang sesuai dengan tujuan memaksimalkan kepentingan mereka. Konflik kepentingan tersebut akan terjadi dalam struktur kepemilikan perusahaan, seperti yang terjadi di pasar modal dan menyebar ke investor eksternal (Insani, 2017).

Manajer sebagai pengelola perusahaan merupakan pihak yang mengendalikan semua informasi yang dibutuhkan untuk penyusunan laporan

keuangan. Manajer dapat menjelaskan dengan rinci alasan dan isi informasi, manajer juga memahami hubungan antara satu jenis informasi dan yang lainnya. Pihak eksternal di luar perusahaan yaitu investor dengan sumber daya yang terbatas dan tidak dapat memperoleh informasi perusahaan.

Investor hanya ingin mengetahui kondisi dan kinerja perusahaan, investor hanya bisa mengandalkan informasi yang telah diberikan manajemen. Artinya, banyaknya informasi yang diperoleh investor bergantung pada berapa banyak informasi yang mereka dapatkan dari manajer. Oleh karena itu, hubungan atau kontrak yang baik antara manajer dan investor adalah kontrak yang dapat menjelaskan apa yang harus dilakukan manajer dalam proses pengelolaan dana investasi dan pembagian keuntungan.

Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Sinyal merupakan tindakan yang dilakukan oleh manajemen untuk memberikan petunjuk kepada investor tentang pandangan manajemen terhadap kinerja perusahaan (Brigham dan Houston, 2010 dalam Purnama dan Taufiq, 2021). Ini berisi informasi tentang kegiatan apa yang telah dilakukan manajemen. Informasi yang diberikan oleh manajemen diharapkan dapat menjadi pertimbangan pengambilan keputusan bagi investor. Investor yang cerdas dapat menganalisis lebih banyak informasi untuk menentukan apakah informasi yang diberikan oleh perusahaan tersebut benar atau tidak. Namun investor yang tidak bijaksana hanya akan menerima informasi yang diberikan tanpa menganalisis terlebih dahulu.

2.1.1. Marjin Laba Bersih atau *Earning Power*

Manajer sebelum mengambil keputusan keuangan, mereka terlebih dahulu harus memahami kinerja dan kondisi keuangan perusahaan yang di dasarkan dan disajikan dalam laporan keuangan. Laporan keuangan ini disusun sesuai dengan Prinsip Akuntansi Berlaku Umum (PABU) atau disebut *General Accepted Accounting Principal* (GAAP). Selain manajer keuangan, investor dan kreditur juga perlu memahami kinerja dan kondisi perusahaan. Kepentingan satu sama lain mungkin akan berbeda tetapi memiliki tujuan yang sama yaitu untuk memperoleh informasi dalam laporan keuangan. Calon investor akan lebih tertarik dengan keuntungan (laba) sehingga investasinya pada saat itu akan meningkat di waktu yang akan datang.

Taco & Ilat (2017) menyatakan bahwa,

“*Earnings power* adalah gambaran kemampuan perusahaan untuk menciptakan keuntungan perusahaan. Perusahaan yang mempunyai selisih *earning power* yang lebih besar dibandingkan dengan tahun sebelumnya, maka kemungkinan perusahaan melakukan tindakan manajemen laba.”

Sektor transportasi sering dipengaruhi oleh berbagai faktor dalam kegiatan operasinya dan menjadi tidak stabil. Hal tersebut yang mendorong untuk terjadinya manipulasi laba. Marjin laba bersih atau *earning power* dapat diukur dengan menggunakan rasio *Net Profit Margin*. Semakin tinggi rasio ini maka pengembalian investasi akan terjamin dan akan memberikan keuntungan yang maksimal sehingga mendorong terjadinya praktik manajemen laba.

Menurut Sri *et all* (2019) dalam Ismawati (2020) Sebuah margin yang bersumber dari laba bersih dengan penjualan disebut margin laba bersih. Ismawati (2020) mengungkapkan dengan nilai margin laba bersih yang besar menunjukkan keberhasilan perusahaan dalam menghasilkan laba baik. Karena dengan nilai margin laba.

Definisi lain menurut Sartono (2010:125) dalam Munawarah (2017) menyatakan bahwa marjin laba bersih atau *earning power* adalah ukuran kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba dengan menggunakan aset yang dimiliki perusahaan. Rasio ini mencerminkan tingkat efisiensi investasi yang dapat dilihat dari tingkat perputaran aset.

Menurut Sosiawan (2012) menjelaskan bahwa,

Laba yang besar belum tentu menunjukkan apakah perusahaan tersebut telah bekerja secara efisien. Dengan membandingkan keuntungan yang diperoleh dengan kekayaan atau modal yang menghasilkan keuntungan, efisiensi baru dapat diketahui. Tingkat *earnings power* ditentukan oleh dua faktor yaitu *profit margin*, yaitu perbandingan antara *net operating income* (keuntungan neto) dengan *net sales* (penjualan neto), dan *turnover of operating assets* (perputaran aktiva usaha).

Dengan menganalisis profitabilitas perusahaan, membuat investor mengevaluasi kemampuan perusahaan dalam memperoleh keuntungan dan efektifitas pengolahan masa lalu perusahaan. Rasio ini mengukur seberapa besar laba operasional yang dapat diperoleh dari penjualan (Sosiawan, 2012). Semakin tinggi rasio ini dapat menjamin pengembalian investasi dan memberikan keuntungan yang maksimal. Rasio ini dinyatakan sebagai berikut:

$$NPM = \frac{NI_{it}}{REV_{it}}$$

Keterangan:

NPM : *Net Profit Margin*

NI_{it} : *Net Income after tax* perusahaan i pada tahun t

REV_{it} : *Total Revenue* perusahaan i pada tahun t

Menurut Pahmi (2018) dalam Purnama & Taufiq (2021) *Earnings Power* dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus *Net Profit Margin* (NPM) karena dapat melihat kemampuan perusahaan dalam menghasilkan keuntungan.

2.1.2. Diversifikasi Operasi

Diversifikasi adalah strategi perusahaan untuk mengembangkan bisnis dengan memperluas segmen operasi atau segmen geografis, perusahaan yang berjumlah lebih dari satu produk atau pun jasa. Strategi diversifikasi dapat meningkatkan pendapatan dan memaksimalkan ukuran perusahaan.

Menurut Kusumayani & Wirama (2016) menyatakan bahwa,

Diversifikasi operasi atau yang dalam PSAK No. 5 Revisi 2000 disebut segmen usaha adalah komponen perusahaan yang dapat dibedakan dalam menghasilkan produk atau jasa, baik produk atau jasa individual maupun kelompok produk atau jasa terkait yang memiliki risiko dan imbalan yang berbeda dengan segmen lain.

Menurut El Mehdi dan Seboui (2011) dalam Chandra (2017) menyebutkan bahwa diversifikasi dapat memperkuat asimetri informasi, mendorong ketidaksesuaian investasi dan menyebabkan keragaman budaya. Hal ini menyebabkan manajer memanfaatkan asimetri informasi dengan melakukan tindakan manajemen laba. Perusahaan yang terdiri dari divisi yang bergerak di

segmen bisnis yang berbeda akan lebih sulit bagi analis keuangan untuk memeriksa laporan laba rugi perusahaan, sehingga transparansi informasi perusahaan menjadi lebih rendah (Aryati, 2013 dalam Chandra, 2017).

Menurut Kusmawati (2008) dalam Kurniasari dan Purwanto (2011) diversifikasi memiliki beberapa tujuan:

1) To Seek Growth And Capture Value Added

Untuk mencapai tujuan nilai tambah dan pertumbuhan akan terpenuhi ketika perusahaan berinvestasi pada bisnis yang memberikan keuntungan bagi perusahaan, sehingga meningkatkan kinerja perusahaan.

2) To Spread Risk

Tujuan ini untuk berinvestasi di beberapa bisnis, sehingga risiko yang dimiliki oleh satu bisnis tidak akan berdampak seluruhnya pada perusahaan karena dapat diimbangi dengan pendapatan bisnis lain.

3) To Prevent A Competitor From Gaining Ground

Tujuan ini untuk mencegah penguasaan perusahaan dengan sumber daya strategis yang memberikan nilai tambah bagi pesaing.

4) To Achieve Synergy

Tujuan ini untuk mencapai sesuatu dengan melakukan kolaborasi dengan menggabungkan segmen bisnis yang tidak dapat dicapai jika segmen bisnis tersebut bekerja secara mandiri.

5) To Control The Supply Or Distribution Chain

Tujuan ini untuk mengontrol distribusi penjualan atau rantai pasokan.

6) *To Fulfil The Personal Ambition Of The Senior Managers*

Tujuan ini untuk memenuhi pencapaian ambisi manajer berkaitan dengan imbalan yang akan diperoleh. Ketika manajer menerapkan strategi diversifikasi maka ruang lingkup tanggung jawab mereka akan menjadi lebih besar dan reward yang diharapkan pun akan lebih besar.

Perusahaan berusaha untuk memperluas pangsa pasar dan mendapatkan pangsa pasar dengan memberikan peluang yang lebih banyak dan lebih baik, sehingga perusahaan tetap memiliki keunggulan bersaing.

Menurut Indraswari (2010) menyatakan bahwa,

“Untuk perusahaan yang melakukan diversifikasi operasi (multioperasional), laporan setiap segmen operasi tercantum dalam *segment reporting*.”

Menurut Radebaugh dan Street (2003) dalam Indraswari (2010) *Segment reporting* adalah standar pengungkapan, terutama dan khususnya relevan untuk perusahaan besar yang berlokasi di lokasi geografis yang berbeda atau berbagai bisnis. Tujuan dari standar ini adalah untuk memberikan informasi tentang berbagai jenis kegiatan bisnis perusahaan untuk membantu pengguna laporan keuangan untuk:

- Memahami kinerja perusahaan dengan baik.
- Menilai dengan baik kemungkinan arus kas masa depan.
- Membuat penilaian yang lebih rinci tentang perusahaan secara keseluruhan.

Dua aspek penting dari standar pelaporan adalah:

- a. Bagaimana manajemen memilih untuk membagi perusahaan menjadi segmen operasi.
- b. Item informasi yang perlu diungkapkan oleh setiap segmen operasi.

Variabel diversifikasi operasi dihitung menggunakan Herfindahl Index, yang dihitung berdasarkan distribusi penjualan masing-masing segmen bisnis perusahaan. Herfindahl Index (HERF) dihitung menggunakan rumus berikut:

$$HERF_{it} = \sum (SSale / Sales)^2$$

Keterangan:

HERFit : Revenue based Herfindahl Index untuk perusahaan (i) pada tahun (t)

Ssale : Penjualan dari masing-masing segmen perusahaan

Sales : Penjualan total dari semua segmen perusahaan (i) pada tahun (t)

Menurut Aryanti & Walansendouw (2013) mengungkapkan bahwa,

“Hasil perhitungan rumus diatas akan menghasilkan nilai indeks HERF yaitu sama dengan 1 untuk perusahaan bersegmen tunggal dan kurang dari 1 untuk perusahaan dengan lebih dari satu segmen bisnis. Jadi semakin kecil nilai indeks, semakin tinggi nilai diversifikasinya”.

2.1.3. Ukuran Perusahaan

Menurut Agustia & Suryani (2018) menjelaskan bahwa,

“Ukuran perusahaan adalah skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, seperti: penjualan, log size, total aktiva, dan kapitalisasi pasar”.

Novianti & Agustian (2018) menyebutkan bahwa,

“Ukuran perusahaan didasarkan pada bidang bisnis dimana ia beroperasi. Ukuran perusahaan dapat ditentukan berdasarkan total aset, total penjualan, dan tingkat penjualan rata-rata”.

Menurut Widiastari dan Yasa (2018) dalam Rachmawati dan Ismawati (2019) mengungkapkan bahwa “Ukuran Perusahaan didefinisikan sebagai tolak ukur banyaknya jumlah aset, jumlah nilai saham serta jumlah penjualan”.

Perusahaan yang tergolong besar akan mendapat perhatian dari pihak luar. Dalam melakukan kegiatan operasionalnya akan lebih transparan, hal tersebut dapat meminimalkan tindakan manajemen laba. Namun dibandingkan dengan perusahaan kecil, mereka lebih cenderung melakukan tindakan manajemen laba untuk tujuan kinerja perusahaan yang baik, sehingga secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan.

Menurut Lubis & Pratiwi (2021) mengungkapkan bahwa,

Dibandingkan dengan perusahaan kecil, perusahaan besar lebih bersedia menerbitkan saham baru untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan pertumbuhan yang didasarkan pada penjualan. Ukuran perusahaan akan mempengaruhi struktur modal perusahaan. Hal ini menyebabkan kecenderungan bahwa perusahaan membutuhkan lebih banyak modal daripada perusahaan kecil. Kebutuhan dana yang lebih banyak memiliki kecenderungan yang diharapkan perusahaan dapat meningkatkan keuntungan.

Menurut Purnama & Taufiq (2021) menyatakan bahwa,

“Ukuran perusahaan pada dasarnya dibagi menjadi tiga kategori yaitu perusahaan besar, perusahaan menengah dan perusahaan kecil, di mana total aset perusahaan dapat dijadikan dasar untuk menentukan ukuran perusahaan”.

Menurut Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 pasal 1 (satu) tentang usaha kecil, mikro, dan menengah. Kriteria ukuran perusahaan terbagi menjadi 4 (empat) kategori yaitu:

1. Usaha mikro yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria usaha kecil sebagaimana dimaksud dalam undang-undang ini.
3. Usaha menengah yaitu usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
4. Usaha besar yaitu usaha ekonomi produktif yang dilakukan oleh badan usaha dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan lebih

besar dari usaha menengah, yang meliputi usaha nasional milik negara atau swasta, usaha patungan, dan usaha asing yang melakukan kegiatan ekonomi di Indonesia.

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

1. Kriteria usaha mikro yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan juga memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah).
2. Kriteria usaha kecil yaitu memiliki laba bersih lebih dari Rp.50.000.000,00 (lima puluh juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan juga memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus juta rupiah).
3. Kriteria usaha menengah yaitu memiliki laba bersih lebih dari Rp.500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.10.000.000.000,00 (sepuluh milyar rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan juga memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari Rp.2.500.000.000,00 (dua milyar lima ratus ribu rupiah) sampai dengan paling banyak Rp.50.000.000.000,00 (lima puluh milyar rupiah).

Ukuran perusahaan menurut Munawarah (2017) menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat melalui jumlah aktiva perusahaan. Dan diukur dengan logaritma natural dari total aktiva. Rumus:

$$Firm\ Size = Ln (Total\ Asset)$$

Ukuran perusahaan diukur dengan *Log Natural Total Assets* untuk mengurangi fluktuasi data yang berlebihan. Melalui pengukuran logaritma natural, jumlah aset ratusan miliar bahkan triliunan aset dapat disederhanakan tanpa mengubah total aset yang sebenarnya.

2.1.4. Manajemen Laba

Manajemen laba merupakan perilaku manajer memanipulasi laporan keuangan dengan menambah atau mengurangi laba dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan perusahaan.

Menurut Kodriyah & Fitri (2017) menjelaskan bahwa,

“Manajemen laba adalah suatu perilaku yang mengurangi kredibilitas laporan keuangan dalam pengambilan keputusan, karena tindakan manajemen laba merupakan suatu bentuk manipulasi yang terjadi di dalam perusahaan oleh manajer, dan biasanya menjadi objek komunikasi antara manajer dengan pihak luar perusahaan”.

Manipulasi terjadi karena adanya perbedaan informasi antara manajemen dan pihak luar yang tidak memiliki dorongan, sumber atau informasi yang lengkap

untuk dipantau dan dikelola. Oleh karena itu, manajemen akan berusaha memanipulasi kinerja perusahaan untuk kepentingannya pribadi.

Menurut Indraswari (2010) menyatakan bahwa,

“Manajemen laba muncul sebagai konsekuensi langsung dari seorang manajer atau pembuat laporan keuangan yang mengelola informasi akuntansi untuk kepentingan pribadi perusahaan”.

Menurut Sulistyanto (2008) dalam Purnama & Taufiq (2021) manajer mencapai setidaknya dua tujuan melalui tindakan manajemen laba. Pertama, manajer mencoba menyesatkan pengguna sumber informasi perusahaan untuk membuat keputusan strategis. Kedua, manajer akan memperoleh keuntungan pribadi karena kesalahan yang dilakukan oleh stakeholder, di mana jika semakin besar kesalahan yang dilakukan oleh stakeholder dalam mengambil keputusan, maka semakin tinggi keuntungan pribadi yang akan diterima manajer.

Menurut Scoot (2009) dalam Mukti (2017) terdapat beberapa faktor yang mendorong manajer melakukan praktik manajemen laba:

1) Bonus Purposes

Dengan melakukan manajemen laba, manajer akan mengelola informasi laba bersih perusahaan, tujuannya adalah untuk memaksimalkan jumlah bonus yang akan diterima.

2) Political Motivation

Dengan melakukan manajemen laba, perusahaan akan memotong laba dari laporan keuangan yang dilaporkan oleh perusahaan yang terdaftar.

3) *Taxation Motivation*

Dengan melakukan manajemen laba, perusahaan akan melakukan berbagai metode akuntansi untuk menghemat pajak.

4) *Pergantian CEO*

Dengan melakukan manajemen laba, perusahaan akan meningkatkan pendapatan dan meningkatkan bonus untuk CEO yang akan pensiun.

5) *Initial Public Offering (IPO)*

Perusahaan yang tidak terdaftar akan melakukan manajemen laba untuk meningkatkan harga saham perusahaan.

6) *Pentingnya Pengungkapan Informasi Kepada Investor*

Semua informasi yang dimiliki manajer harus diungkapkan kepada investor agar investor memiliki kepercayaan terhadap perusahaan dan kinerja perusahaan baik.

Menurut Subani (2009) dalam Faradila & Cahyati (2013) manajemen laba yang sering dilakukan oleh perusahaan adalah:

1) *Tindakan Kepala Basah (Big Bath)*

Hal ini dilakukan ketika kondisi yang tidak menguntungkan dan tidak dapat dihindari pada periode berjalan, dengan cara mengakui biaya periode berikutnya dan kerugian periode berjalan.

2) *Meminimumkan Laba (Income Minimization)*

Hal ini dilakukan ketika perusahaan memperoleh keuntungan yang tinggi dengan tujuan agar tidak mendapat perhatian secara politik.

Kebijakan yang diambil dapat berupa pembebasan pengeluaran iklan, penelitian dan pengembangan yang cepat.

3) *Memaksimumkan Laba (Income Maximization)*

Memaksimalkan keuntungan untuk mendapatkan bonus yang lebih besar. Demikian pula dengan perusahaan yang melanggar kontrak utang jangka pendek, para manajer perusahaan akan cenderung memaksimalkan keuntungan.

4) *Perataan Laba (Income Smoothing)*

Untuk mengurangi fluktuasi laba yang dilaporkan sehingga perusahaan terlihat stabil dan tidak beresiko tinggi merupakan bentuk manajemen laba yang dilakukan dengan cara menaikkan dan menurunkan laba.

Teknik-teknik manajemen laba yang dapat dilakukan oleh manajemen (manajer) seperti yang diuraikan Mulford dan Comiskey (2010) dalam Faradila & Cahyati (2013):

Tabel 2.1
Teknik-Teknik Manajemen Laba

No	Teknik	Tujuan
1	Mengubah metode depresiasi	Perusahaan dapat mengurangi beban penyusutan untuk meningkatkan laba periode tahun berjalan, seperti mengubah metode saldo menurun ganda menjadi metode garis lurus.
2	Mengubah umur harta	Perusahaan dapat mengurangi biaya penyusutan dan amortisasi dengan memperpanjang umur aset untuk meningkatkan laba tahun berjalan.
3	Menetapkan cadangan piutang tak tertagih	Perusahaan dapat mengurangi biaya piutang tak tertagih dengan menetapkan cadangan piutang tak tertagih yang kecil untuk meningkatkan laba tahun berjalan.
4	Mengubah nilai sisa harta	Perusahaan dapat mengurangi biaya penyusutan dengan meningkatkan nilai sisa aset untuk laba periode berjalan dengan

		memperbesar nilai sisa harta untuk meningkatkan laba tahun berjalan.
5	Menetapkan cadangan kewajiban jaminan garansi	Dengan menyiapkan kecil cadangan kewajiban garansi, perusahaan dapat mengurangi biaya garansi dan meningkatkan laba periode berjalan.
6	Menentukan adanya kerusakan harta	Perusahaan dapat mempertanggungjawabkan kerugian periode berjalan, mempertahankan laba periode berjalan sebagai laba ditahan untuk periode selanjutnya atau menanggung beban periode sebelumnya .
7	Mengestimasi tahap penyelesaian kontrak dengan metode persentase penyelesaian	Dengan menetapkan persentase penyelesaian yang lebih besar, perusahaan dapat mengenali lebih banyak pendapatan untuk meningkatkan laba periode berjalan.
8	Mempertimbangkan jumlah persediaan yang dihapus	Dengan mengurangi jumlah persediaan yang harus dihapuskan, perusahaan dapat mengurangi beban saat ini dan meningkatkan laba periode berjalan.
9	Mengakui pendapatan atas pengiriman barang ke kantor perwakilan	Perusahaan mengakui pendapatan dari pengangkutan barang yang belum benar-benar dijual ke kantor perwakilan sebagai pendapatan yang meningkatkan laba periode berjalan.
10	Tidak menutup periode akuntansi	Dengan tetap membuka periode akuntansi, perusahaan masih tetap dapat mencatat penjualan untuk periode berikutnya untuk meningkatkan laba saat ini. Teknik ini biasanya dilakukan dengan memundurkan tanggal di komputer.
11	Mengakui seluruh penjualan yang pengirimannya tidak sekaligus	Perusahaan mengonfirmasi lebih banyak pendapatan untuk meningkatkan laba saat ini. Dengan mengonfirmasi penjualan barang yang belum dikirim.
12	Menilai terlalu tinggi persediaan akhir	Dengan melebih-lebihkan persediaan, perusahaan dapat mengurangi biaya penjualan untuk meningkatkan laba saat ini.
13	Memalsukan umur piutang	Perusahaan dapat mengurangi beban piutang tak tertagih tahun ini untuk meningkatkan laba saat ini.

Dalam penelitian ini rumus manajemen laba menggunakan discretionary accrual (DAC) yang merupakan perhitungan model Jones modifikasi (*modified jones model*) (Wardani & Kusuma, 2012: 68 dalam Santi & Wardani 2018). Data yang di adopsi dalam perhitungan ini yaitu total aset, total aset tidak lancar, pendapatan, dan piutang usaha.

Alasan pemilihan model ini karena model Jones mengasumsikan dapat memanipulasi pendapatan dan mempertimbangkan pendapatan yang masih harus

dibayar, sehingga dianggap lebih baik dalam mengukur dan menguji manajemen laba. Ada empat langkah untuk menghitung nilai discretionary accrual (DAC), seperti yang ditunjukkan di bawah ini:

- a. Menghitung nilai total akrual dengan menggunakan pendekatan arus kas (cash flow approach) :

$$TAC_{it} = NI_{it} - CFO_{it}$$

Keterangan:

TAC_{it} = Total akrual perusahaan i pada tahun t.

NI_{it} = Laba bersih setelah pajak perusahaan i pada tahun t.

CFO_{it} = Arus kas operasi perusahaan i pada tahun t.

- b. Mencari nilai koefisien β_1 , β_2 , dan β_3 dengan teknik regresi :

$$TAC_{it}/TA_{it-1} = \beta_1 (1 / TA_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}) / TA_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it} / TA_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

Keterangan :

TAC_{it} = Total akrual perusahaan pada tahun t

TA_{it-1} = Total aset perusahaan pada akhir tahun t-1

ΔREV_{it} = Perubahan total pendapatan pada tahun t.

ΔREC_{it} = Perubahan total piutang bersih pada tahun t.

PPE_{it} = Property, Plant, and Equipment perusahaan pada tahun t/aset tetap perusahaan i pada tahun t.

ϵ_{it} = Error item.

c. Menghitung Nondiscretionary Accruals (NDAC) :

Perhitungan nondiscretionary Accruals (NDAC) dilakukan dengan memasukkan nilai koefisien β_1 , β_2 , dan β_3 yang diperoleh dari regresi. Perhitungan dilakukan untuk seluruh sampel perusahaan pada masing-masing periode (Arief, 2014:32 dalam Santi & Wardani 2018). Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$\text{NDAC}_{it} = \beta_1 (1 / \text{TA}_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta \text{REV}_{it} - \Delta \text{REC}_{it}) / \text{TA}_{it-1}) + \beta_3 (\text{PPE}_{it} / \text{TA}_{it-1}) + \epsilon_{it}$$

Keterangan:

NDAC_{it} = Nondiscretionary accruals perusahaan i pada tahun t.

d. Menghitung discretionary accruals

Discretionary accrual merupakan perbedaan antara total akrual dengan nondiscretionary accrual. Setelah didapatkan hasil dari perhitungan nondiscretionary accruals, maka untuk menghitung discretionary accruals dapat dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{DAC} = (\text{TAC} / \text{TA}_{it-1}) - \text{NDAC}$$

Keterangan:

DAC = Discretionary accruals

Setelah didapatkan hasil dari perhitungan discretionary accrual, penulis merata-ratakan hasil discretionary accrual yang telah diperoleh. Rata-rata tersebut

diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh nilai discretionary accrual kemudian membaginya dengan jumlah total sampel, setelah nilai rata-rata didapatkan kemudian memberikan skor 1 pada perusahaan yang memiliki nilai discretionary accrual diatas nilai rata-rata dan memberikan skor 0 pada perusahaan yang memiliki nilai discretionary accrual dibawah nilai rata-rata (Santi & Wardani, 2018).

2.1.5. Penelitian Terdahulu

1. **Clarissa Taco dan Ventje Ilat (2017)** Penelitian ini menggunakan lima variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan SPSS yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Marjin Laba Bersih atau *Earning Power* tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba.
2. **Yusak Maleakhi Purnama dan Eindye Taufiq (2021)** Penelitian ini menggunakan empat variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Metode yang digunakan adalah purposive sampling method yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba. Dan Marjin Laba Bersih atau *Earning Power* tidak berpengaruh terhadap praktik Manajemen Laba.
3. **Ahmad Ihya Ulumiddin dan Retno Yulianti (2017)** Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Diversifikasi berpengaruh

terhadap manajemen laba. Dan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba.

4. **Dewi Kusuma Wardani dan Desifa Kurnia Santi (2018)** Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Metode yang digunakan adalah teknik purposive sampling yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap manajemen laba.
5. **Munawarah (2017)** Penelitian ini menggunakan tiga variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Marjin Laba Bersih atau *Earning Power* berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Manajemen Laba. Dan Ukuran Perusahaan berpengaruh tidak signifikan terhadap Manajemen Laba.
6. **Ni Luh Kusumayani dan Dewa Gede Wirama (2016)** Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Diversifikasi Operasi tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
7. **Dewi Lupitasari dan Marsono (2013)** Penelitian ini menggunakan metode uji asumsi klasik dengan menggunakan regresi berganda (multiple regression) yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Diversifikasi Operasi tidak berpengaruh terhadap Manajemen Laba.
8. **Gonzalo Rodríguez-Pérez dan Stefan van Hemmen (2010)** Penelitian ini menggunakan metode teknik analisis regresi data panel yang kemudian

penelitian menunjukkan hasil bahwa Diversifikasi tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap Manajemen Laba.

9. **Usman Ali *et all* (2015)** Penelitian ini menggunakan purposive sampling method yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.
10. **Dwi Lusi Tyasing Swastika (2013)** Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap Manajemen Laba.
11. **Khairatul Insani (2017)** Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas terhadap variabel Manajemen Laba. Penelitian ini menggunakan purposive sampling method yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Marjin Laba Bersih atau Earning Power berpengaruh positif signifikan terhadap Manajemen Laba. Sedangkan Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba.
12. **Andra Zeptian dan Abdul Rohman (2013)** Penelitian ini menggunakan metode purposive sampling yang kemudian penelitian menunjukkan hasil bahwa Ukuran Perusahaan berpengaruh positif terhadap Manajemen Laba.

Dalam penyusunan penelitian ini perlu diketahui sejauh mana posisi penelitian yang dilakukan dengan menguraikan penelitian-penelitian terdahulu pada tabel sebagai berikut:

Tabel 2.2

Tabel Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Ini

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Clarissa Taco dan Ventje Ilat, Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 4(4). ISSN: 2303-1174	Pengaruh Earning Power, Komisaris Independen, Dewan Direksi, Komite Audit Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Earning Power</i> • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Laba 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Komisaris Independen • Dewan Direksi • Komite Audit
2	Yusak Maleakhi Purnama dan Eindye Taufiq, Journal of Accounting, Finance, Taxation, and Auditing (JAFTA), 3(1), 71-94. ISSN: 2654-4636 e-ISSN: 2656-758X	Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Firm Size, Dan Earnings Power Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sektor Properti Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan (Firm Size) • <i>Earning Power</i> Variabel Terkait: <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Laba 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Profitabilitas • Leverage
3	Ahmad Ihya Ulumiddin dan Retno Yulianti, Kajian Akuntansi, 12(2), 147-156. ISSN: 1907-1442	Pengaruh Diversifikasi, Leverage, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2007 – 2011)	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Diversifikasi • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Laba 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Leverage
4	Dewi Kusuma Wardani dan Desifa Kurnia Santi, Jurnal Akuntansi, 6(1), 11-24. e-ISSN: 2540-9646 p-ISSN: 2088-768X	Pengaruh Tax Planning, Ukuran Perusahaan, Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Manajemen Laba	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Laba 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Tax Planning • Corporate Social Responsibility (CSR)
5	Munawarah, Jurnal Mutiara Akuntansi, 2(1), 89-98. ISSN: 2579-7611	Pengaruh Earning Power, Firm Size, Dan Leverage Terhadap Earning Management Pada Perusahaan Sub Sektor Food And Beverage Yang Terdaftar Di Bursa Efek Tahun 2011-2015	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • <i>Earning Power</i> • Ukuran Perusahaan (Firm Size) Variabel Terkait: <ul style="list-style-type: none"> • Manajemen Laba 	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Leverage
6	Ni Luh Kusumayani dan Dewa Gede	Good Corporate Governance Sebagai	Variabel Bebas: <ul style="list-style-type: none"> • Diversifikasi Operasi 	Variabel Bebas:

	Wirama, E-Jurnal Akuntansi, 14(3), 2072-2102. ISSN: 2302-8559	Pemoderasi Pengaruh Diversifikasi Operasi Dan Diversifikasi Geografis Pada Manajemen Laba	Variabel Terkait: • Manajemen Laba	<ul style="list-style-type: none"> • Good Corporate Governance • Diversifikasi Geografis
7	Dewi Lupitasari dan Marsono, Diponegoro Journal of Accounting, 118-129. ISSN (Online): 2337-3806	Diversifikasi Perusahaan Dan Manajemen Laba	Variabel Bebas: • Diversifikasi Variabel Terkait: • Manajemen Laba	
8	Gonzalo Rodríguez-Pérez dan Stefan van Hemmen, Journal of accounting and public policy, 29(2), 138-159.	Debt, Diversification and Earnings Management	Variabel Bebas: • Diversifikasi Variabel Terkait: • Manajemen Laba	Variabel Bebas: • Debt
9	Usman Ali, Muhammad Afzal Noor, Muhammad Kashif Khurshid dan Akhtar Mahmood, European Journal of Business and Management, 7(28). ISSN: 2222-1905 (Paper) ISSN: 2222-2839 (Online)	Impact of Firm Size on Earnings Management; A Study of Textile Sector of Pakistan	Variabel Bebas: • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: • Manajemen Laba	
10	Dwi Lusi Tyasing Swastika, IOSR Journal of Business and Management, 10(4), 77-82. e-ISSN: 2278-487X p-ISSN: 2319-7668	Corporate Governance, Firm Size, and Earning Management: Evidence in Indonesia Stock Exchange	Variabel Bebas: • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: • Manajemen Laba	Variabel Bebas: • Corporate Governance
11	Khairatul Insani, Jurnal Akuntansi, 5(2).	Pengaruh Earnings Power Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba	Variabel Bebas: • <i>Earnings Power</i> • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: • Manajemen Laba	

12	Andra Zeptian dan Abdul Rohman, Diponegoro Journal of Accounting, 47-57. ISSN: 2337-3806	Analisis Pengaruh Penerapan Corporate Governance, Struktur Kepemilikan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perbankan	Variabel Bebas: • Ukuran Perusahaan Variabel Terkait: Manajemen Laba	Variabel Bebas: • Penerapan Corporate Governance • Struktur Kepemilikan
----	---	--	---	---

Sumber: Data jurnal penelitian terdahulu yang diolah penulis

2.2. Kerangka Pemikiran

Para investor dalam menanamkan sahamnya di perusahaan biasanya memiliki tujuan untuk mendapatkan laba. Namun kebanyakan investor hanya melihat kondisi perusahaan dari informasi laba tanpa memperhatikan bagaimana laba tersebut diperoleh. Sehingga demi memberikan laporan keuangan yang baik, maka pihak manajemen perusahaan melakukan tindakan manajemen laba.

Manajemen laba merupakan suatu tindakan manajer dalam memanipulasi laporan keuangan dengan menambah atau mengurangi laba dengan tujuan memaksimalkan kesejahteraan pihak manajemen atau perusahaan. Tindakan manipulasi ini terjadi karena adanya perbedaan informasi antara manajemen dan pihak luar yang tidak memiliki sumber untuk memperoleh informasi sepenuhnya untuk dipantau dan dikelola. Oleh karena itu, manajemen akan berusaha memanipulasi kinerja perusahaan untuk kepentingan pribadi.

Investor dapat menganalisis faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi manajemen laba. Salah satu faktor manajer untuk melakukan praktik manajemen laba yaitu *earning power*. Investor berpendapat bahwa *earnings power* yang tinggi akan menghasilkan tingkat pengembalian tinggi, maka perusahaan harus menampilkan kinerja yang baik agar *earnings power* perusahaan dapat dilihat

secara maksimal. *Earning power* dapat diukur dengan menggunakan rasio *Net Profit Margin*. Semakin tinggi rasio ini maka akan menjamin pengembalian investasi dan memberikan laba yang maksimal sehingga akan mendorong manajemen untuk melakukan praktik manajemen laba.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi manajemen laba yaitu diversifikasi operasi. Untuk meningkatkan pendapatan, biasanya perusahaan mengembangkan perluasan usaha mulai dari segmen produk yang mereka hasilkan atau jumlah perusahaan di setiap daerah. Manajemen laba rentan dilakukan oleh perusahaan yang terdiversifikasi karena biasanya hubungan kontrak antara manajemen dan investor tidak menguntungkan antara satu pihak dengan pihak lain. Manajemen berusaha mewujudkan kepentingan pribadinya sendiri dan mengorbankan kepentingan investor. Semakin tinggi tingkat diversifikasi suatu perusahaan maka praktik manajemen laba pun akan meningkat.

Selain diversifikasi operasi, ukuran perusahaan pun dapat mempengaruhi manajemen laba. Ukuran perusahaan merupakan pengklasifikasian yang dapat menunjukkan besar dan kecilnya perusahaan dengan melihat total asset perusahaan. Perusahaan yang tergolong besar akan mendapat perhatian dari pihak luar. Akan lebih transparan dalam melakukan kegiatan operasionalnya, hal ini dapat meminimalkan praktik manajemen laba. Namun dibandingkan dengan perusahaan kecil, mereka lebih cenderung melakukan manajemen laba dengan tujuan untuk menunjukkan kinerja perusahaan yang baik, sehingga secara tidak langsung meningkatkan nilai perusahaan. Semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin besar perusahaan tersebut melakukan praktik manajemen laba.

2.2.1. Pengaruh Marjin Laba Bersih Terhadap Manajemen Laba

Marjin laba bersih atau *earning power* merupakan ukuran kemampuan perusahaan dalam menggunakan aktiva perusahaan untuk menghasilkan laba. Rasio ini mengukur seberapa banyak keuntungan operasional perusahaan dapat diperoleh dari setiap penjualan. Semakin tinggi rasio ini maka akan menjamin pengembalian investasi dan memberikan laba yang maksimal sehingga akan mendorong untuk melakukan praktik manajemen laba.

Hasil penelitian yang di dapatkan oleh Taco dan Ilat (2017), Purnama dan Taufiq (2021) dan Munawarah (2017) menunjukkan hasil bahwa *earning power* tidak berpengaruh terhadap praktik manajemen laba, menurutnya semakin baik kinerja perusahaan yang diprosikan dengan laba bersih dibagi dengan total aset maka tindakan manajemen laba semakin menurun dan besar kecilnya laba suatu perusahaan tidak akan mempengaruhi perusahaan untuk melakukan tindakan manajemen laba.

Berbanding terbalik dengan penelitian yang dilakukan oleh Insani (2017) menunjukkan hasil bahwa *earning power* berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Akan tetapi pengaruh yang ditemukan tersebut cenderung lemah. Berpengaruhnya variabel NPM secara positif menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat NPM sebagai proyeksi dari earnings power akan mengakibatkan peningkatan bagi manajer untuk melakukan praktik manajemen laba.

2.2.2. Pengaruh Diversifikasi Operasi Terhadap Manajemen Laba

Diversifikasi operasi merupakan pengembangan perluasan usaha mulai dari segmen produk atau jasa yang mereka hasilkan. Strategi diversifikasi ini diyakini dapat meningkatkan pendapatan dan memaksimalkan ukuran perusahaan. Untuk mendapatkan laba maksimum biasanya manajemen berusaha mewujudkan kepentingan pribadinya sendiri dan mengorbankan kepentingan investor. Maka semakin tinggi tingkat diversifikasi suatu perusahaan, praktik manajemen laba pun akan meningkat.

Hasil penelitian yang di dapatkan oleh Ulumiddin dan Yulianti (2017) dan Pérez dan Hemmen (2010) menunjukkan hasil bahwa diversifikasi operasi berpengaruh terhadap manajemen laba, menurutnya saat perusahaan melakukan diversifikasi maka manajemen laba semakin meningkat.

Berbanding terbalik dengan Lupitasari dan Marsono (2013) dan Kusumayani dan Wirama (2016) menunjukkan hasil bahwa diversifikasi operasi tidak berpengaruh terhadap manajemen laba, temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi diversifikasi operasi atau semakin banyak segmen operasi yang dimiliki perusahaan maka akan menurunkan perusahaan melakukan praktik manajemen laba.

2.2.3. Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan merupakan pengklasifikasian yang dapat menunjukkan besar dan kecilnya perusahaan dengan melihat total asset perusahaan. Perusahaan yang kecil biasanya akan lebih rentan untuk melakukan praktik manajemen laba,

hal ini akan menunjukkan kinerja perusahaan yang baik dan meningkatkan nilai perusahaan maka akan mendorong manajemen untuk melakukan manajemen laba. Semakin kecil ukuran perusahaan maka semakin besar perusahaan tersebut melakukan praktik manajemen laba.

Hasil penelitian yang di dapatkan oleh Zeptian dan Rohman (2013) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Arah positif menunjukkan semakin besar ukuran perusahaan maka semakin besar kesempatan melakukan manajemen laba pada perusahaan. Perusahaan yang berukuran besar akan menanggung biaya politik yang besar sehingga perusahaan mempunyai motivasi untuk melakukan manajemen laba dengan melakukan perataan laba guna menurunkan biaya politiknya.

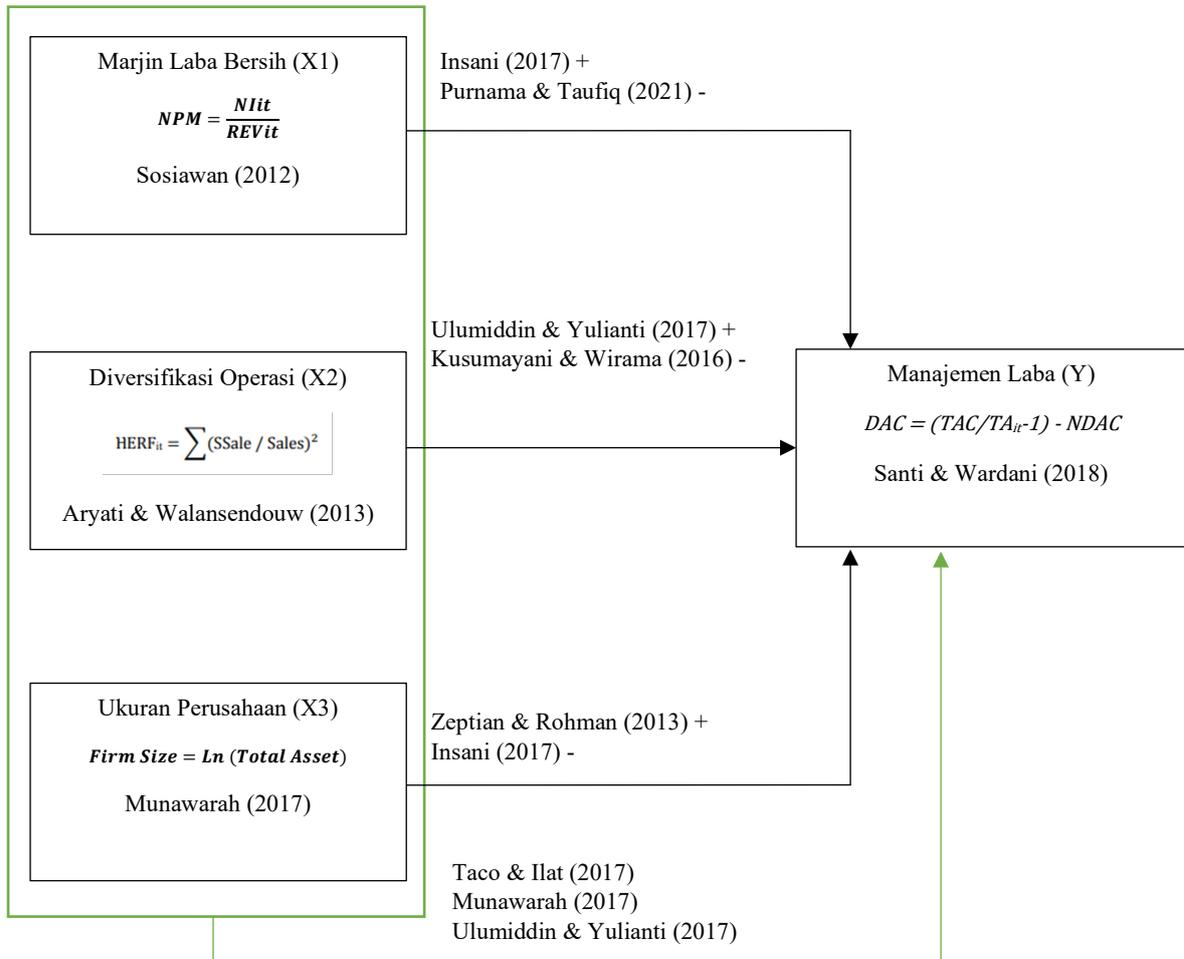
Berbanding terbalik dengan Swastika (2013), Wardani dan Santi (2018) dan Insani (2017) menunjukkan hasil bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap manajemen laba, menurutnya besar kecilnya ukuran perusahaan tidak mempengaruhi tingkat praktek manajemen laba yang dilakukan oleh perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan maka perusahaan tidak akan termotivasi untuk melakukan praktik manajemen laba. Perusahaan yang besar, dipastikan akan lebih dikritisi oleh para pemegang saham, maupun publik, sehingga membuat manajemen untuk lebih berhati-hati dalam melaporkan suatu informasi keuangan.

2.2.4. Pengaruh Marjin Laba Bersih, Diversifikasi Operasi Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Marjin laba bersih atau *earning power*, diversifikasi operasi dan ukuran perusahaan memiliki peranan penting terhadap manajemen laba. Sebagian besar investor hanya melihat kondisi perusahaan dari informasi laba tanpa memperhatikan bagaimana laba tersebut diperoleh. Sebelum menanamkan modalnya, investor dapat melihat faktor-faktor tersebut agar tidak terjadi kerugian dan ketidak sesuaian informasi. Sehingga dapat memaksimalkan kesejahteraan pihak perusahaan dan investor.

Dengan demikian marjin laba bersih atau *earning power*, diversifikasi operasi dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba. Hasil penelitian yang didapatkan Taco & Ilat (2017) dan Munawarah (2017) menjelaskan bahwa secara simultan *earning power* dan ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Dan hasil penelitian yang didapatkan Ulumiddin & Yulianti (2017) menjelaskan bahwa secara simultan diversifikasi dan ukuran perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba.

Untuk mempermudah menjabarkan kerangka pemikiran peneliti, dibawah ini gambar Paradigma Penelitian yang akan dilakukan peneliti sebagai berikut :



Gambar 2.1 Paradigma Penelitian

2.3. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kajian pustaka dan kerangka pemikiran diatas, dibawah ini merupakan hipotesis dari penelitian sebagai berikut:

- H1 : Terdapat pengaruh Marjin Laba Bersih secara parsial terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2020
- H2 : Terdapat pengaruh Diversifikasi Operasi secara parsial terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 – 2020
- H3 : Terdapat pengaruh Ukuran Perusahaan secara parsial terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2020
- H4 : Terdapat pengaruh Marjin Laba Bersih, Diversifikasi Operasi dan Ukuran Perusahaan secara simultan terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Sub Sektor Transportasi Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2013 - 2020

