BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

Kajian pustaka ini berisikan mengenai landasan teori yang akan digunakan sebagai acuan dasar teori dan analisis bagi topik penelitian ini yang membahas.

2.1.1 Asimetri Informasi

2.1.1.1 Definisi Asimetri Informasi

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi atas prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak luar perusahaan. Menurut Rahmawati (2012:9) asimetri informasi merupakan "Masalah komunikasi dari perusahaan kepada investor-investor luar".

Menurut Scott (2009:7), menyatakan bahwa asimetri informasi yaitu: "Beberapa pihak yang terlibat dalam transaksi mungkin memiliki keunggulan informasi melebihi yang lain".

Dari teori yang diungkapkan diatas dapat disimpulkan bahwa asimetri informasi merupakan sebuah konsep yang paling penting dalam teori akuntansi keuangan. Karena hal ini berhubungan dengan keputusan investasi yang dilakukan oleh investor, karena dengan adanya asimetri informasi mengakibatkan investor memiliki informasi yang berbeda. Contohnya saat salah satu investor memiliki informasi yang lebih sedikit maka dia kekurangan informasi sehingga mempengaruhi keputusan investasi yang akan diambilnya dan sebaliknya saat dia memiliki informasi yang lebih banyak dia bisa memutuskan investasi yang

menguntungkan baginya. Oleh karena itu adanya perbedaan informasi yang diperoleh dapat merugikan investor.

2.1.1.2 Jenis-jenis Asimetri Informasi

Menurut Scott (2009:13-15), terdapat 2 (dua) macam asimetri informasi yaitu :

1. *Adverse Selection* (Pilihan yang merugikan)
   Adverse selection adalah jenis informasi yang diperoleh antara satu pihak dan lainnya berbeda ketika akan atau melangsungkan suatu transaksi bisnis. *Adverse selection* ini timbul karena manajer perusahaan dan orang dalam (*insider*) lain yang mengetahui lebih banyak mengenai kondisi terkini dan prospek mendatang dari suatu perusahaan dari para investor sebagai pihak luar.
2. *Moral Hazard* (Penyimpangan perilaku)
   Moral hazard adalah jenis informasi dimana satu pihak dapat mengamati tindakan pihak lain sedangkan pihak lainnya tidak dapat mengamati. *Moral hazard* timbul karena adanya pemisahaan kepemilikan dan pengendalian yang merupakan karakter sebagai besar entitas bisnis besar.

2.1.1.3 Indikator Asimetri Informasi

Dalam melakukan pengukuran terhadap asimetri informasi, penulis menggunakan proksi *bid-ask spreed*. *Bid-ask spreed* adalah selisih dari harga *bid* dan *ask* sehingga disebut *bid-ask spreed.*

Dalam penelitian ini asimetri informasi diukur menggunakan *bid-ask spread* yang merupakan salah satu *ukuran* dalam likuiditas yang mengukur asimetri informasi antara manajemen laba dan pemegang saham perusahaan.

Dimana asimetri informasi dapat dilihat dari harga saat *ask* dengan harga b*id* saham perusahaan atau selisih harga jual dengan harga beli saham perusahaan selama satu tahun (Benardi, 2008).

SPREAD = $\{(Ask_{it} – Bid_{it})/(Ask_{it} + Bid_{it})/2)\}x100$

Keterangan :

SPREAD = Selisih harga *seat ask* dengan harga *bid* perusahaan yang terjadi pada t

Ask_{it} = Harga *ask* tertinggi saham perusahaan i yang terjadi pada hari t

Bid_{it} = Harga *bid* terendah saham perusahaan i yang terjadi pada hari t

2.1.1.4 Teori *Bid Ask Spread*

Jika seorang investor ingin membeli atau menjual suatu saham atau sekuritas lain di pasar modal, dia biasanya melakukan transaksi melalui *broker/dealer* yang memiliki spesialisasi dalam sekuritas. *Broker/dealer* inilah yang siap untuk menjual pada investor untuk harga *ask* jika investor ingin membeli suatu sekuritas. Jika investor sudah mempunyai suatu sekuritas dan ingin menjualnya, maka *broker/dealer* ini yang akan membeli sekuritas dengan harga *bid*. Perbedaan antara harga bid dan harga *ask* adalah *spread*. Jadi, *bid-ask spread* merupakan selisih harga beli tertinggi bagi *broker/dealer* bersedia untuk membeli suatu saham dan harga jual dimana *broker/dealer* bersedia untuk menjual saham tersebut (Restuwulan, 2013).

Penggunaan *bid ask spread* sebagai proksi dari asimetri informasi menurut Komalasari (2001) dalam Wisnumurti (2010) dikarenakan dalam mekanisme pasar modal, pelaku pasar modal juga menghadapi masalah keagenan. Partisipan pasar saling berinteraksi di pasar modal guna mewujudkan tujuannya yaitu membeli atau menjual sekuritasnya, sehingga aktivitas yang mereka lakukan dipengaruhi oleh informasi yang diterima baik secara langsung (laporan publik) maupun tidak langsung (*insider trading*). *Dealer* atau market makers memiliki

daya pikir terbatas terhadap persepsi masa depan dan menghadapi potensi kerugian ketika berhadapan dengan *informed traders*. Hal inilah yang menimbulkan *adverse selection* yang mendorong *dealers* untuk menutupi kerugian dari pedagang terinformasi dengan meningkatkan spreadnya terhadap pedagang likuid. Jadi dapat dikatakan bahwa asimetri informasi yang terjadi antara dealer dan pedagang terinformasi tercermin pada *spread* yang ditentukannya (Komalasari, 2011).

2.1.2 Ukuran Perusahaan

2.1.2.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan merupakan tolak ukur bagi suatu perusahaan untuk menentukan kapasitas perusahaan yang dimilikinya, apakah termasuk perusahaan besar atau kecil. Ukuran perusahaan dapat diukur dengan melihat keseluruhan total aktiva yang dimiliki perusahaan tersebut.

Menurut Hartono (2008:254) pengertian ukuran perusahaan adalah

"Besar kecilnya perusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva".

Menurut Agus Sartono (2010:249) mengatakan bahwa:

"Perusahaan besar yang sudah *well-established* akan lebih mudah memperoleh modal dipasar modal dibandingkan dengan perusahaan kecil. Karena kemudahaan akses tersebut berarti perusahaan besar memiliki fleksibilitas yang lebih besar pula".

Dari berbagai definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahan merupakan ukuran dari besar atau kecilnya suatu perusahaan yang dapat dilihat dari berbagai skala dan ukuran perusahaan dapat diukur berdasarkan pada total aktiva perusahaan.

2.1.2.2 Klasifikasi Ukuran Perusahaan

UU No. 20 Tahun 2008 mengklasifikasikan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah dan usaha besar. Pengklasifikasian ukuran perusahaan tersebut didasarkan pada total aset yang dimiliki dan total penjualan tahunan perusahaan tersebut.

UU No. 20 Tahun 2008 tersebut mendefinisikan usaha mikro, usaha kecil, usaha menengah, dan usaha besar sebagai berikut:

1. Usaha mikro adalah usaha produktif milik orang perorangan atau badan usaha perorangan yang memiliki kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.
2. Usaha kecil adalah 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 adalah 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 adalah 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".

Adapun kriteria ukuran perusahaan yang diatur dalam UU No.20 tahun 2008 diuraikan dalam tabel 2.1.

Tabel 2.1

Kriteria Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria	
	Assets (tidak termasuk tanah & banguan tempat usaha)	Penjualan Tahunan
Usaha Mikro	Maksimal 50 juta	Maksimal 300 juta
Usaha Kecil	>50 juta – 500 juta	>300juta – 2,5 M
Usaha Menengah	>10 juta – 10 M	2,5 M – 50 M
Usaha Besar	>10 M	> 50 M

Sedangkan menurut Clapham (2007) ukuran perusahaan yang biasa dipakai untuk menentukan tingkat perusahaan adalah:

1. Tenaga kerja merupakan jumlah pegawai tetap dan honorer yang terdaftar atau bekerja diperusahaan pada suatu saat tertentu.
2. Tingkat penjualan merupakan volume penjualan suatu perusahaan pada suatu periode tertentu.
3. Total utang merupakan jumlah utang perusahaan pada periode tertentu.
4. Total asset yang merupakan keseluruhan asset yang dimiliki perusahaan pada saat tertentu.

Dalam peraturan yang dibuat oleh Bursa Efek Indonesia, saham yang dicatatkan dibuat atas dua papan pencatatan, yaitu papan utama dan papan pengembangan.papan utama ditujukan untuk perusahaan tercatat yang berskala besar, sementara papan pengembangan dimaksudkan untuk perusahaan yang

belum memenuhi syarat pencatatan di papan utama, termasuk perusahaan yang prospektif namun belum membukukan keuangan.

Peraturan Bursa Efek Indonesia menyebutkan bahwa salah satu syarat untuk tercatat di papan utama adalah sebagai berikut:

"Berdasarkan Laporan Keuangan Auditan terakhir memiliki Aktiva Berwujud Bersih (*Net Tangible Asset*) minimal Rp100.000.000.000,-".

Hal tersebut menunjukkan bahwa perusahaan berskala besar menurut peraturan Bursa Efek Indonesia memiliki Aktiva Berwujud Bersih minimal Rp100.000.000.000.

2.1.2.3 Indikator Ukuran Perusahaan

Menurut Harahap (2002:307) dalam menganalisis ukuran perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut:

Ukuran Perusahaan = Log (Total Asset)

Ukuran Perusahaan dihitung menggunakan Logaritma dari total asset. Hal ini dikarenakan besarnya total aktiva masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga dapat menyebabkan nilai yang ekstrim, untuk menghindari data yang tidak normal tersebut maka total asset perlu di logaritmakan. Total asset diperoleh dari laporan posisi keuangan.

2.1.3 Manajemen Laba

2.1.3.1 Definisi Manajemen Laba

Manajemen laba adalah hal yang sangat kontroversial di dunia akuntan. Pernyataan umum mengenai apakah manajemen laba baik atau buruk sulit dibuat. Kebanyakan bergantung pada langkah-langkah yang dilakukan dan motivasi dan mendasari dilakukannya manajemen laba.

Menurut Islahuzzaman (2012:257) mendefinisikan Manajemen Laba adalah sebagai berikut :

"Manajemen Laba adalah proses penyusunan laporan keuangan bagi pihak eksternal sehingga dapat meratakan, menaikkan dan menurunkan laporan laba, dimana manajemen dapat menggunakan kelonggaran penggunaan metode akuntansi".

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

"*Earning management is often defined as the planned timing of revenues, expenses, gains, and losses to smooth out bumps in earnings".*

Menurut Sri Sulistyanto (2008:6) Mendefinisikan Manajemen Laba Sebagai berikut :

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

Menurut Charless W.Mulford dan Eugene E. Comiskey (2010:4) mendefinisikan manajemen laba sebagai berikut:

"Manajemen laba adalah memanipulasi akuntansi dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya".

Sedangkan menurut Irham Fahmi (2012:158) manajemen laba adalah:

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

Dari pengertian diatas dapat dikatakan bahwa manajemen laba adalah suatu penyusunan laporan yang sengaja dilakukan oleh manajemen yang ditujukan pada pihak eksternal dengan cara meratakan, menaikkan dan menurunkan laporan laba dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar terkesan lebih baik dari yang sebenarnya dan untuk memperoleh beberapa keuntungan pribadi.

2.1.3.2 Bentuk-Bentuk Manajemen laba

Menurut Sri Sulistyanto (2008:33) ada beberapa bentuk rekayasa laba yang sering dilakukan pihak manajemen agar laba yang dilaporkan sesuai dengan yang dikehendaki yaitu:

1. *Taking a Bath*
2. *Income Minimization*
3. *Income Maximization*
4. *Income Smoothing*
5. *Timing Revenue and Expense Recognition.*

Penjelasan dari bentuk-bentuk manajemen laba diatas adalah sebagai berikut:

1. *Taking a Bath*
   Disebut juga *big baths*, bisa terjadi selama periode dimana terjadi tekanan dalam organisasi atau terjadi reorganisasi, misalnya pergantian direksi. Bila teknik ini digunakan maka biaya-biaya yang ada pada periode yang akan datang diakui pada periode berjalan. Ini dilakukan bila kondisi yang tidak menguntungkan tidak bisa dihindari. Akibatnya laba pada periode yang akan datang menjadi tinggi meski kondisi sedang tidak menguntungkan.
2. *Income Minimization*
   Cara ini hampir sama dengan *taking a bath* namun tidak ekstrim. Cara ini dilakukan pada saat profitabilitas perusahaan sangat tinggi dengan maksud mengurangi kemungkinan munculnya biaya politis. Kebijakan yang diambil dapat berupa penghapusan barang modal dan aktiva tidak berwujud, pembebanan pengeluaran iklan, serta pembebanan biaya riset.
3. *Income Maximization*
   Maksimalisasi laba bertujuan untuk memperoleh bonus yang lebih besar. Selain itu tindakan ini juga bisa dilakukan untuk menghindari pelanggaran terhadap kontrak hutang jangka panjang.
1. *Income Smoothing*
   Perusahaan cenderung lebih memilih untuk melaporkan trend pertumbuhan laba yang stabil dari pada perubahan laba yang meningkat atau menurun secara drastis. Perataan laba dapat dicapai dengan suatu ketentuan yang tinggi untuk hutang dan bertentangan dengan nilai asset pada tahun yang baik sehingga ketentuan itu dapat dikurangi. Hal ini dapat mempengaruhi laba yang dilaporkan pada masa yang buruk.
2. *Timing Revenue and Expense Recognition*
   Teknik ini dilakukan dengan membuat kebijakan tertentu yang berkaitan dengan timing suatu transaksi. Misalnya pengakuan prematur atas pendapatan.

2.1.3.3 Motivasi Manajemen Laba

Sri Sulistyanto (2008:63) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba:

1. *Bonus Scheme Hypothesis*
2. *Contracting Incentive*
3. *Political Motivation*
4. *Taxation Motivation*
5. *Incentive Chief Executive Officer (CEO)*
6. *Initial Public Offering (IPO)*

Penjelasan dari motivasi terjadinya manajemen laba diatas adalah sebagai berikut:

1. *Bonus Scheme Hypothesis*
   Kompensasi (bonus) yang didasarkan pada besarnya laba yang dilaporkan akan memotivasi manajemen untuk memilih prosedur akuntansi yang meningkatkan keuntungan yang dilaporkan demi memaksimalkan bonus mereka. Bonus minimal hanya akan dibagikan jika laba mencapai target laba minimal tertentu dan bonus maksimal dibagikan jika laba mencapai nilai tertentu atau lebih besar.
2. *Contracting Incentive*
   Motivasi ini muncul ketika perusahaan melakukan pinjaman hutang yang berisikan perjanjian untuk melindungi kreditur dari aksi manajer yang tidak sesuai dengan kepentingan kreditur, seperti *deviden* yang berlebihan, pinjaman tambahan, atau membiarkan modal kerja atau laporan ekuitas berada di bawah tingkat yang ditetapkan, yang semuanya dapat meningkatkan risiko bagi kreditur, karena pelanggaran perjanjian dapat mengakibatkan biaya yang tinggi sehingga manajer perusahaan berharap untuk menghindarinya. Jadi manajemen laba dapat muncul sebagai alat untuk mengurangi kemungkinan pelanggaran perjanjian dalam kontrak hutang.
3. *Political Motivation*
   Manajemen laba digunakan untuk mengurangi laba yang dilaporkan pada perusahaan publik. Perusahaan cenderung mengurangi laba yang dilaporkan karena adanya tekanan publik yang mengakibatkan pemerintah menetapkan peraturan yang lebih ketat.

3. *Taxation Motivation*
   Perpajakan merupakan motivasi yang paling jelas untuk melakukan manajemen laba. Manajemen berusaha untuk mengatur labanya agar pembayaran pajak lebih rendah dari yang seharusnya sehingga didapat penghematan pajak.
4. *Incentive Chief Executive Officer (CEO)*
   CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikan pendapatan untuk meningkatkan bonus mereka. Dan jika kinerja perusahaan buruk, mereka akan memaksimalkan pendapatan agar tidak diberhentikan.
5. *Initial Public Offering (IPO)*
   Perusahaan yang akan go publik belum memiliki nilai pasar, dan menyebabkan manajer perusahaan yang akan go publik melakukan manajemen laba dalam prospectus mereka dengan harapan dapat menaikan harga saham perusahaan.

2.1.3.4 Teknik Manajemen Laba

Teknik dan pola manajemen laba menurut Setiawati dan Na'im (2000) dapat dilakukan dengan tiga teknik yaitu:

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

2.1.3.5 Pendekatan Manajemen Laba

Pada umumnya pendeteksian manajemen laba dapat dilakukan dengan menggunakan pendekatan *accruals*. Pendekatan ini akan menggunakan pengukuran berbasis akrial (*accrual based measures*) dalam mendeteksi ada tidaknya manipulasi. Menurut Sri Sulistyanto (2008:211) yaitu:

1. Model berbasis *Aggregate Accrual*
   Model berbasis *Aggregate Accrual* yaitu Model yang digunakan untuk mendeteksi aktivitas rekayasa ini dengan menggunakan *discertionary accrual* Sebagai proksi manajemen laba.
2. Model Berbasis *Spesific Accruals*
   Model Berbasis *Spesific Accruals* yaitu pendekatan yang menghitung akrual sebagai proksi manajemen laba dengan menggunakan item atau komponen laporan keuangan tertentu dari industri tertentu, misalnya piutang tak tertagih dari sektor industri tertentu atau cadangan kerugian piutang dari industri asuransi.
3. Model Berbasis *Distribution Of Earning After Management*
   Pendekatan ini dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap komponen-komponen laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba.

2.1.3.6 Indikator Manajemen Laba

Menurut Sri Sulistyanto (2008:165) manajemen laba dapat diukur dengan *discretionary accrual*. Dalam penelitian ini *discretionary accrual* digunakan sebagai proksi karena merupakan komponen yang dapat dimanipulasi oleh manajer seperti penjualan.

Menurut Chan, Jegadesh dan Lakonoshok (2001), *discretionaru accrual* merupakan laba abnormal yang sebagian besar dikarena oleh item non-kas yang mewakili manipulasi laba. *Discretionary accruals* digunakan sebagai indikator adanya praktik manajemen laba, karena manajemen laba lebih menekankan pada keleluasaan atau kebijakan (*discretion*) yang tersedia dalam memilih dan

menerapkan prinsip-prinsip akuntansi untuk mencapai hasil akhir dan dijalankan dalam kerangka praktik yang berlaku secara umum yang masih diperdebatkan. *Discretionary accruals* merupakan accruals dimana manajemen memiliki fleksibilitas dalam mengontrol jumlahnya karena *discretionary accruals* ada dibawah kebijaksanaa (*discretion*) manajemen.

Secara sistematis, total accruals untuk periode tes dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut

TA = NI – CFO

Keterangan :

TA = Total akrual

NI = Laba bersih (*Net income*)

CFO = Arus kas dari operasi (*Cash flow from operation*)

Secara formal perhitungannya adalah sebagai berikut:

$$\text{DAC}\,PD = \left(\frac{TAC\ PT}{Sales\ PT}\right) - \left(\frac{TAC\ PD}{Sales\ PD}\right)$$

Keterangan:

DAC_{PT} : *Discretionary accruals* pada periode tes

TAC_{PT} : *Total accruals* pada periode tes

$Sales_{PT}$: Penjualan pada periode tes

TAC_{PD} : *Total accruals* pada periode dasar

$Sales_{PD}$: Penjualan pada periode dasar

Indikasi bahwa telah terjadi *earnings management* ditunjukkan oleh koefisien DAC yang positif, sebaliknya bila koefisien DAC negative berarti tidak ada indikasi bahwa manajemen telah melakukan upaya menaikkan keuntungan melalui *income-increasing discretionary accruals*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka pemikiran yang penulis kembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.2.1 Pengaruh Asimetri Informasi dengan Manajemen Laba

Menurut Sri Sulistyanto (2008:84) menyatakan bahwa :

"Tingkat pengungkapan perusahaan dipengaruhi oleh asimetri informasi yang terjadi dipasar. Semakin tinggi asimetri informasi akan membuat tingkat pengungkapan yang dilakukan perusahaan semakin rendah. Artinya, semakin tinggi asimetri informasi akan membuat manajer semakin leluasa untuk mengatur informasi apa saja yang harus diungkapkan, disembunyikan, ditunda atau diubah. Upaya semacam ini disebut dengan manajemen laba".

Menurut Dini Tri Wardani dan Masodah (2011) menyatakan bahwa :

"Asimetri Informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Karena manajer berada pada posisi yang mempunyai lebih banyak informasi yang mempunyai lebih banyak informasi mengenai internal perusahaan secara keseluruhan dibandingkan dengan pemegang saham. Sehingga manajer memiliki ruang gerak yang cukup banyak untuk menggunakan metode akuntansi yang berbeda dalam menyusun laporan keuangan guna memaksimalkan utilitasnya. Dengan semakin tingginya asimetri informasi maka semakin tinggi praktek manajemen laba".

Menurut Putu Adi Putra, Ni Kadek Sinarwati dan Nyoman Ari Surya Darmawan (2014) menyatakan bahwa:

"Asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Dimana jika asimetri informasi mengalami peningkatan maka manajemen laba juga akan mengalami peningkat dan begitu juga sebaliknya".

Menurut Lodovicus Lasdi (2013) menyatakan bahwa:

"*Information asymmetry significantly affects earnings managements. When information asymmetry is high, stake holders may not have the necessary information to undo manipulated earnings".*

2.2.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba

Menurut Sri Sulistyanto (2007:208) menyatakan bahwa:

"Perusahaan besar akan lebih diperhatikan oleh pihak luar dibandingkan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil. Para manager yang mengelola perusahaan besar tidak termotivasi untuk melakukan rekayasa dalam laporan keuangannya dan memilih untuk mengutamakan kepentingan pemegang saham, sedangkan perusahaan kecil lebih leluasa untuk mengubah laporan keuangannya karena kurangnya perhatian dari pihak luar".

Menurut Desmiyawati, Nasrizal dan Yessi Fitriana (2009) menyatakan bahwa:

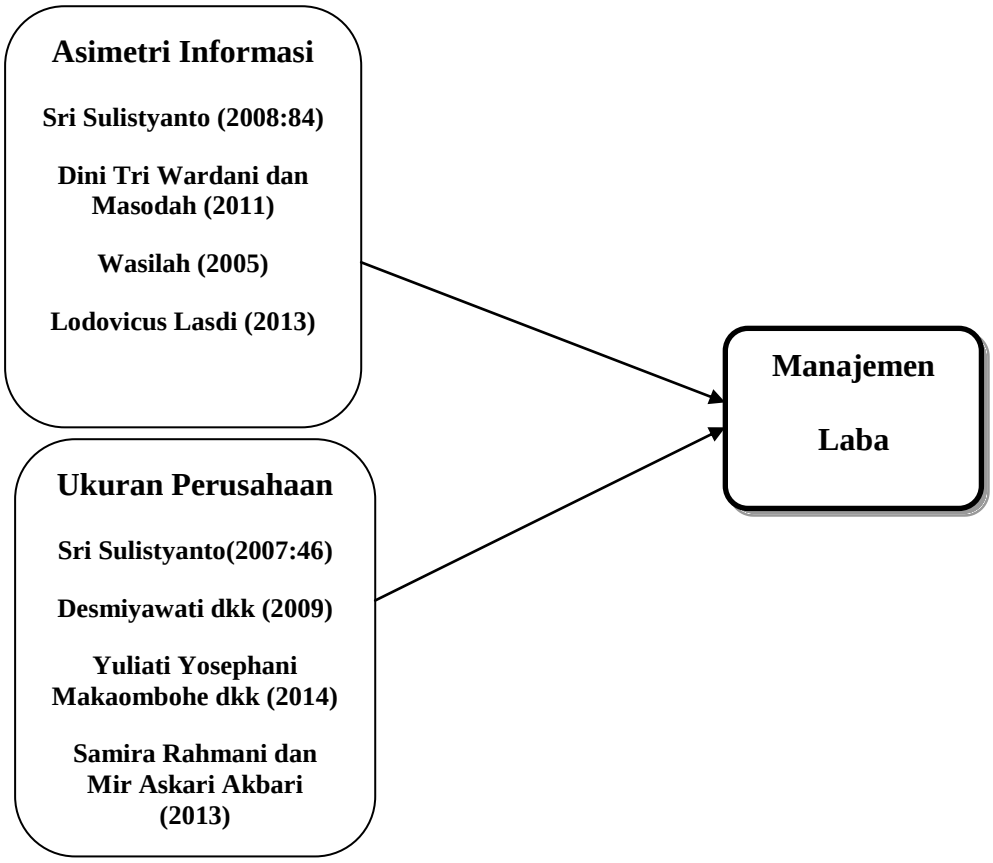
"Ukuran perusahaan berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba, artinya bahwa perusahaan-perusahaan yang lebih besar memiliki dorongan yang lebih besar untuk melakukan perataan laba dibandingkan dengan perusahaan kecil. Hal ini disebabkan oleh biaya politik yang lebih besar akibat profitabilitas perusahaan yang tinggi sehingga dapat menarik perhatian media dan konsumen".

Sedangkan menurut Yuliati Yosephani Makaombohe, Sifrid S. Pangemanan dan Victorina. Z Tirayoh (2014) menyatakan bahwa:

"Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan negative terhadap manajemen laba, artinya semakin besar ukuran perusahaan maka perilaku manajemen laba akan semakin menurun".

Sedangkan menurut Samira Rahmani dan Mir Askari Akbari (2013) menyatakan bahwa:

"*The result indicate that firm size has positive significant with earning management*".



Gambar 2.1 Skema Paradigma

Dalam kerangka pemikiran seperti yang tergambar diatas, maka terdapat dua variabel bebas yakni orientasi Asimetri Informasi, Ukuran Perusahaan dan satu variabel terikat yakni Manajemen Laba.

2.3 Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2011:64) mendefinisikan hipotesis adalah Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah diuraikan sebelumnya, maka terdapat hipotesis penelitian yang dirumuskan sebagai berikut :

H1: Asimetri Informasi berpengaruh terhadap manajemen laba

H2: Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap manajemen laba