# BAB II

# KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

## 2.1 Kajian Pustaka

### 2.1.1 Ukuran Perusahaan

#### 2.1.1.1 Definisi Ukuran Perusahaan

Adapun ukuran perusahaan yang didefinisikan oleh Hartono (2008:254) dalam bukunya yang berjudul Teori Portofolio dan Analisis Investasi yaitu ukuran perusahaan adalah :

> "ukuran perusahaan adalah besar kecilnya prusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva".

Sedangkan menurut Danial (2014) ukuran perusahaan sebagai berikut :

> "yang dimaksud *firm size* atau ukuran perusahaan adalah besar kecilnya perusahaan yang dapat dilihat dari besarnya nilai ekuitas, nilai penjualan, dan nilai total aktiva."

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan (Iskandar dan Suardana, 2016:812). Dari beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan oleh total aktiva, nilai total penjualan aset, nilai pasar saham dan jumlah karyawan.

Ukuran perusahaan merupakan salah satu variabel yang paling sering digunakan untuk menjelaskan pengungkapan sosial perusahaan dalam laporan tahunan perusahaan. Secara umum dapat dilihat bahwa perusahaan besar akan lebih banyak mengungkapkan informasi pertanggungjawaban dibandingkan

dengan perusahaan kecil. Perusahaan besar mempunyai tingkat risiko yang lebih besar pula dibandingkan dengan perusahaan kecil (Permatasari, 2014:22).

Menurut Badan Standarisasi Nasional dalam Kusuma (2017) kategori ukuran perusahaan ada 3 yaitu :

1. Perusahaan Kecil

   Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan kecil apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 50.000.000,- dengan paling banyak 500.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 300.000.000,- sampai dengan paling banyak 2.500.000.000,-

2. Perusahaan Menengah

   Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan menengah apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 500.000.000,- sampai dengan paling banyak 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 2.500.000.000,- sampai dengan paling banyak 50.000.000.000,-

3. Perusahaan Besar

   Perusahaan dapat dikategorikan perusahaan besar apabila memiliki kekayaan bersih lebih dari 10.000.000.000,- tidak termasuk bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan lebih dari 50.000.000.000,-

   Menurut Kusuma (2017:15) menyatakan bahwa :

> “perusahaan yang memiliki total aset besar menunjukkan bahwa perusahaan tersebut mencapai tahap kedewasaan dimana dalam tahap ini arus kas perusahaan sudah bertambah dan dianggap memiliki prospek yang baik dalam jangka waktu yang relatif lama, selain itu juga mencerminkan bahwa perusahaan besar relatif lebih stabil dan lebih mampu menghasilkan laba dibandingkan perusahaan dengan aset yang kecil”.

### 2.1.1.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Hartono (2008:254) ukuran perusahaan adalah besar kecilnya prusahaan dapat diukur dengan total aktiva/besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva.

Menurut Bestivano (2013:5) manyatakan bahwa ukuran perusahaan :

> "…diukur dengan menggunakan total aktiva, pendapatan atau modal dari perusahaan tersebut. Total aktiva dapat digunakan untuk menunjukkan seberapakah besar kecilnya suatu perusahaan, apabila suatu perusahaan memiliki total aktiva besar maka perusahaan tersebut telah terbilang memiliki prospek yang baik dan lebih mampu menghasilkan laba daripada perusahaan dengan total aset kecil".

Ukuran perusahaan dihitung dengan cara :

Ukuran Perusahaan = Total Aktiva

Atau menurut Hartono (2008:254) variabel ukuran perusahaan dapat dinyatakan dengan rumus :

Ukuran Perusahaan = *Ln* Total Aktiva

Menurut Sartika (2012:37)

> "Variabel ukuran perusahaan diukur dengan logaritma natural (Ln) dari total asset. Hal ini dikarenakan besarnya total asset masing-masing perusahaan berbeda bahkan mempunyai selisih yang besar, sehingga didapat menyebabkan nilai yang ekstrim. Untuk menghindari adanya data yang tidak normal tersebut maka data total asset perlu di Ln kan".

Total aktiva dipilih sebagai proksi ukuran perusahaan dengan mempertimbangkan bahwa nilai aktiva relatif lebih stabil dibandingkan dengan nilai *market capitalized* dan penjualan (Sartika, 2012:37).

### 2.1.2 *Net Profit Margin*

#### 2.1.2.1 Definisi *Net Profit Margin* (NPM)

Berikut ini definisi *net profit margin* menurut Hery (2017:317) :

> "marjin laba bersih (*net profit margin*) merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur besarnya persentase laba bersih atas penjualan bersih. Rasio ini dihitung dengan membagi laba bersih terhadap penjualan bersih".

Sedangakan menurut Gitman & Zutter (2015:129) menyatakan bahwa :

> *"net profit margin* adalah pengukuran persentase penjualan sesudah dikurangi seluruh *cost* dan *expenses*, termasuk *interest*, pajak dan *preferred stock dividend*."

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa *net profit margin* merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan untuk memperoleh laba yang dihasilkan perusahaan dari setiap penjualan yang dilakukan, sehingga dapat memberikan gambaran kepada investor atau para pemegang saham tentang laba yang dihasilkan dari presentase penjualan yang dilakukan.

#### 2.1.2.2 Indikator *Net Profit Margin*

*Net profit margin* sering digunakan oleh investor sebagai dasar pengambilan keputusan ekonomi yang berhubungan dengan perusahaan sebagai tujuan perataan laba oleh manajemen untuk mengurangi fluktuasi laba. Berpengaruhnya *net profit margin* terhadap tindakan perataan laba diduga karena rata-rata perusahaan belum memiliki kinerja yang cukup baik, sehingga manajemen melakukan praktik perataan laba untuk memperbaiki kinerja perusahaan agar terlihat efektif. Semakin tinggi *net profit margin* maka semakin efektif suatu perusahaan dalam menjalankan operasinya.

Dengan demikian, tinggi rendahnya *net profit margin* akan mempengaruhi pertumbuhan laba. Perusahaan dengan *net profit margin* yang rendah diduga melakukan praktik perataan laba untuk meningkatkan *net profit margin* sehingga kinerjanya akan dianggap baik dan efektif terutama oleh pihak investor (Rahmawati & Muid, 2012).

Berikut adalah rumus yang digunakan untuk menghitung *net profit margin* (Hery (2017:317) :

$$Net\ profit\ margin\ =\ \frac{Net\ Income}{Net\ Sales}$$

Keterangan :

*Net Income* : Laba bersih setelah pajak

*Net Sales* : Penjualan bersih dari operasi utama perusahaan.

### 2.1.3 Manajemen Laba

#### 2.1.3.1 Definisi Manajemen Laba *(Earnings Management)*

Manajemen laba atau *earnings management* merupakan istilah yang sudah biasa didengar, baik oleh praktisi maupun akademisi dari akuntansi dan manajemen. Terdapat beberapa istilah umum yang sering digunakan oleh para praktisi dan kalangan bisnis mengenai manajemen laba, antara lain *creative accounting practices, income smoothing, income manipulation, financial number game,* dan masih banyak istilah lainnya yang dapat digunakan.

Berikut ini ada beberapa definisi tentang manajemen laba yang diambil dari beberapa sumber yaitu: Menurut Scott (2012:423) manajemen laba adalah pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer untuk mencapai tujuan khusus.

Menurut Fahmi (2015:245) mendefinisikan manajemen laba sebagai :

> "manajemen laba sebagai suatu tindakan yang dilakukan pihak manajemen untuk mengatur laba yang dilaporkan agar sesuai dengan yang mereka inginkan dikarenakan terdapat motivasi-motivasi tertentu.

Sedangkan menurut Sulistiawan, *et. al.* (2011:19) menyatakan bahwa :

> "manajemen laba adalah aktivitas badan usaha (perusahaan) untuk memanfaatkan teknik dan kebijakan akuntansi guna memperoleh hasil yang diinginkan, seperti penyajian nilai asset atau nilai laba yang lebih tinggi (*over valued*) atau lebih rendah (*under valued*)".

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen laba merupakan suatu tindakan terencana yang dilakukan oleh pihak manajemen untuk memenuhi tujuan-tujuan tertentu dengan merekayasa angka-angka pada laporan keuangan terutama laba, agar laporan keuangan terlihat baik dan memberikan informasi kinerja perusahaan yang menyesatkan kepada pemerintah, masyarakat serta investor.

#### 2.1.3.2 Faktor-faktor yang Memotivasi Terjadinya Manajemen Laba

Secara umum terdapat beberapa hal yang memotivasi individu atau badan usaha melakukan tindakan *creative accounting* seperti bonus, dalam sebuah perjanjian bisnis, pemegang saham akan memberikan sejumlah insentif dan bonus sebagai *feedback* atau evaluasi atas kinerja manajer dalam menjalankan operasional perusahaan. Pengukuran kinerja berdasarkan laba dan skema bonus tersebut memotivasi para manajer untuk memberikan performa terbaiknya sehingga tidak menutup peluang mereka melakukan tindakan manajemen laba agar dapat menampilkan kinerja yang baik demi mendapatkan bonus yang maksimal. *Bonus plan hypothesis* yang menyatakan bahwa rencana bonus atau

kompensasi manajerial akan cendrung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang akan membuat laba yang dilaporkannya menjadi lebih tinggi (Sulistyanto, 2014:63).

Motivasi lain yaitu utang, untuk kepentingan ekspansi perusahaan, manajer seringkali melakukan kontrak bisnis dengan pihak ketiga, dalam hal ini adalah kreditor. Agar kreditor mau menginvestasikan dananya, tentunya manajer harus menunjukkan performa yang baik dari perusahaan. Semakin tinggi nilai tambah yang dihasilkan manajer semakin tinggi kemampuan perusahaan untuk mengembalikan dana pinjaman dan membayar sejumlah bunga pinjaman secara periodeik. Sebaliknya semakin semakin rendah nilai tambah yang dihasilkan manajer semakin rendah pula kemampuan perusahaan untuk mengembalikan dana pinjaman dan membayar sejumlah bunga pinjaman secara periodik (Sulistyanto, 2014:94).

Pergantian CEO (*Chief Executive Officer*), praktik manajemen laba biasanya terjadi pada sekitar periode pergantian direksi atau *chief executive officer* (CEO). Menjelang berakhirnya masa jabatan, direksi cenderung bertindak kreatif dengan memaksimalkan laba agar performa kerjanya tetap terlihat baik pada tahun terakhir ia menjabat. Motivasi utama yang mendorong hal tersebut adalah untuk memperoleh bonus yang maksimal pada akhir masa jabatannya.

Motivasi Politis, motivasi ini biasanya terjadi pada perusahaan besar yang bidang usahanya banyak menyentuh masyarakat luas, seperti perusahaan-perusahaan strategis perminyakan, gas, listrik, dan air. Demi menjaga tetap mendapatkan subsidi, perusahaan-perusahaan tersebut cenderung menjaga posisi

keuangannya dalam keadaan tertentu sehingga prestasi atau kinerjanya tidak terlalu baik karena jika sudah baik, kemungkinan besar subsidi tidak lagi diberikan. *Political cost hypothesis* menyatakan bahwa perusahaan cendrung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang dapat memperkecil atau memperbesar laba yang dilaporkannya. Konsep ini membahas bahwa menejer perusahaan cendrung melanggar regulasi pemerintah, seperti undang-undang perpajakan, apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat dipeolehnya. Manajer akan memprmainkan laba agar kewajiban pembayaran tidak terlalu tinggi sehingga alokasi laba sesuai dengan kemauan perusahaan (Sulistyanto, 2014:64).

#### 2.1.3.3 Alasan Dilakukannya Manajemen Laba

Pemberian fleksibilitas kepada manajer dalam memilih suatu kumpulan kebijakan akuntansi dengan membuka kemungkinan perilaku oportunistik. Manajer akan memilih kebijakan akuntansi yang sesuai dengan tujuannya. Ada beberapa alasan dilakukannya manajemen laba yaitu dapat menarik investor dan atau calon investor untuk menanamkan modalnya dalam perusahaan, sehingga perusahaan memperoleh tambahan dana yang akan digunakan untuk membiayai dan mengembangkan usahanya, terutama pada saat perusahaan yang *go-public* melakukan *Initial Public Offerings* (IPO). IPO merupakan penawaran saham suatu perusahaan *private* untuk pertamakalainya ke publik (Sulistyanto, 2014:69).

Alasan lainnya yaitu kebijakan multi papan (*multiboard*) yang dilakukan di pasar modal juga merupakan salah satu pendorong sebuah perusahaan melakukan manajemen laba. Kebijakan-kebijakan multi papan adalah proses

untuk mendisiplinkan pasar yang dilakukan pengelola pasar modal disuatu negara. Dalam sistem ini maka perusahaan yang dinilai tidak dapat memenuhi kriteria pencatatan di papan utama, misalkan ukuran keuangan, likuiditas, persentase kepemilikan saham dan keaktifan perdagangan, dan lain-lain, akan diturunkan ke papan pengembangan. Apabila pada suatu saat perusahaan bersangkutan dinilai telah berhasil memenuhi kriteria-kriteria itu maka dikembalikan ke papan pencatatan utama. Hal inilah yang mendorong manajer melakukan manajemen laba (Sulistyanto, 2014:83).

### 2.1.4 Perataan Laba

#### 2.1.4.1 Definisi Perataan Laba (*Income Smoothing*)

Perataan laba merupakan bentuk umum manajemen laba. Pada strategi ini, manajer meningkatkan atau menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasinya.

Menurut Belkaoui (2012:192) perataan laba sebagai proses normalisasi laba yang disengaja guna meraih suatu tren ataupun tingkat yang diinginkan. Sedangkan menurut Susanti *at al.* (2017:2) :

> "perataan laba merupakan salah satu pola dari manajemen laba dan dapat dipandang sebagai upaya yang secara sengaja dimaksudkan untuk menormalkan laba dalam rangka mencapai kecenderungan atau tingkat yang diinginkan oleh manajemen."

Menurut Handayani (2016:228) perataan laba adalah :

> "Pengurangan fluktuasi laba dari tahun ke tahun dengan memindahkan pendapatan dari tahun-tahun yang tinggi pendapatannya ke periode-periode yang kurang menguntungkan."

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa perataan laba merupakan tindakan terencan yang dilakukan oleh pihak manajemen dengan meningkatkan atau menurunkan laba untuk memenuhi tujuannya dalam rangka memperlihatkan kinerja perusahaan yang stabil.

#### 2.1.4.2 Jenis Perataan Laba

Pendeteksian perataan laba menggunakan rumus Indeks Eckel pertama kali dikemukakan dan dipopulerkan oleh Eckel pada tahun 1981. Berdasarkan penelitian Eckel tersebut terdapat dua jenis perataan laba yaitu *naturally smooth* dan *designed smooth*. *Designed smooth* terbagi atas *artificial smoothing* dan *real smoothing*.

1. *Naturally smoothing* (Perataan secara alami)

   *Naturally smooth* merupakan perataan laba yang terjadi dengan sendirinya tanpa campur tangan pihak lain. Hal ini dapat kita dapati pada perolehan penghasilan dari keperluan atau pelayanan umum, dimana aliran laba yang ada akan rata dengan sendirinya tanpa ada campur tangan dari pihak lain.

2. *Intentionally Smoothing* (Perataan yang disengaja)

   *Intentionally smoothing* diartikan sebagai praktik perataan laba yang sengaja dilakukan oleh pihak tertentu dengan tujuan tertentu, dalam hal ini adalah manajemen. *Intentionally smoothing* terdiri dari dua macam, yaitu:

   a. *Real smoothing* adalah perataan laba yang dilakukan melalui transaksi ekonomi dengan melakukan perubahan kebijakan operasi beserta waktunya. Misalnya, seorang manajer memutuskan mengeluarkan sejumlah biaya riset dan pengembangan hanya pada suatu tahun tertentu.

b. *Artificial smoothing* atau yang sering juga disebut *accounting smoothing*, yaitu praktik perataan laba yang dilakukan secara sengaja dengan perubahan prosedur dan kebijakan akuntansi yang telah diterapkan untuk memindahkan biaya dan atau pendapatan dari suatu periode ke periode yang lain yang dianggap memerlukan tambahan atau pengurangan jumlah laba sehingga dapat terlihat lebih rata dari tahun ke tahun.

### 2.1.4.3 Indikator Perataan Laba

Praktik perataan laba diukur dengan menggunakan Indeks Eckel. Indeks Eckel akan membedakan antara perusahaan-perusahaan yang melakukan praktik perataan laba dengan yang tidak melakukan perataan laba. Untuk mendapatkan simpulan yang kuat bahwa perusahaan dapat dikategorikan sebagai perusahaan perata laba, maka selain indeksnya harus lebih dari satu, perusahaan juga harus secara konsisten (minimal tiga periode) melakukan praktik perataan laba (Kustono, 2009).

Dalam penelitian ini praktik perataan laba merupakan *dummy* dengan ukuran binominal, yaitu 1 untuk perusahaan yang melakukan praktik perataan laba sedangkan 0 untuk perusahaan yang tidak melakukan praktik perataan laba. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\text{Indeks Eckel} = \frac{\mathbf{CV\ \Delta I}}{\mathbf{CV\ \Delta S}}$$

Keterangan :

ΔI : Perubahan laba dalam satu periode

ΔS : Perubahan penjualan dalam satu periode

CV : Koefisien variasi dari variabel yaitu standar deviasi dibagi dengan nilai yang diharapkan.

## 2.2 Kerangka Pemikiran

### 2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Praktik Perataan Laba

Ukuran perusahaan dapat diartikan sesuatu yang mengukur atau menentukan nilai dari besar kecilnya perusahaan melalui batas nilai aset dan modal yang dimiliki sebuah perusahaan. Menurut Belkaoui (2007:208) perusahaan besar akan lebih diperhatikan oleh pihak luar dibandingkan perusahaan-perusahaan yang lebih kecil. Menurut Kustono (2009:202) ukuran aktiva merupakan proksi yang paling tepat untuk mengukur ukuran perusahaan. Nilai total aktiva mencerminkan harta atau kekayaan perusahaan, dengan demikan dapat diasumsikan bahwa semakin besar nilai total aktiva, semakin besar pula ukuran perusahaan dan kinerja perusahaan dapat dikatakan baik, karena perusahaan berusaha keras untuk tetap meningkatkan nilai aktivanya. Tetapi, perusahaan yang besar diperkirakan akan menghindari fluktuasi laba yang drastis, karena sebaliknya jika nilai aktiva perusahaan menurun maka laba pun ikut menurun dan hal ini akan memberikan dampak buruk bagi perusahaan. Oleh karena itu perusahaan melakukan praktik perataan laba agar kondisi laba yang dihasilkan oleh aktiva perusahaan terlihat stabil (Fatmawati, 2015:5).

Perusahaan yang memiliki aktiva besar yang kemudian dikategorikan sebagai perusahaan besar umumnya akan mendapat lebih banyak perhatian dari berbagai pihak seperti para analis, investor, maupun pemerintah. Untuk itu perusahaan besar diperkirakan akan menghindari fluktuasi laba yang terlalu

drastis, sebab penurunan laba yang drastis akan memberikan image yang kurang baik. Oleh karena itu perusahaan besar diperkirakan memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk melakukan tindakan praktik perataan laba (*income smoothing*) (Zulhamri, 2016:46).

Penelitian yang dilakukan oleh Suryandari (2012) dengan jumla populasi seluruh perusahaan manufaktur dan sampel penelitian berjumlah 39 perusahaan membuktikan bahwa hanya ukuran perusahaan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap *income smoothing*, sedangkan variabel-variabel seperti *return on asset, total debt to total asset,* dan *debt to equity ratio* tidak mempengaruhi praktik *income smoothing*.

Penelitian mengenai pengaruh ukuran perusahaan terhadap praktik perataan laba juga diteliti oleh Dewi dan Sujana (2014) dengan 56 sampel dan membuktikan bahwa ukuran perusahaan dan profitabilitas berpengaruh pada praktik perataan laba. Hasil analisis serupa pun dibuktikan oleh Butar dan Sudarsi (2012) menunjukkan bahwa variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap perataan laba adalah ukuran perusahaan. Begitu juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Iskandar dan Suardana (2016) menunjukkan bahwa variabel ukuran perusahaan berpengaruh terhadap praktik perataan laba.

### 2.2.2 Pengaruh *Net Profit Margin* Terhadap Praktik Perataan Laba

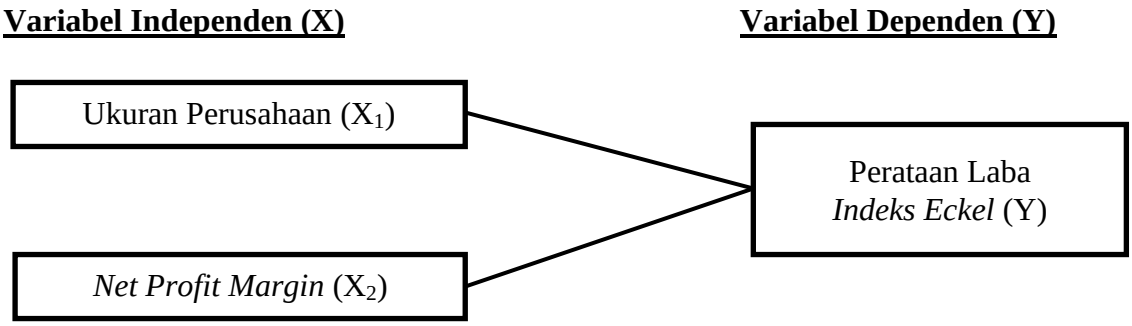
Menurut Sartono (2010:122) menyatakan bahwa profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva maupun modal sendiri. Dalam penelitian ini profitabilitas diukur menggunakan rasio *net profit margin*.

Pengaruh *net profit margin* terhadap praktik perataan laba dapat kita ambil dari teori yang dikemukakan oleh Husnan (2001:317) menyatakan bahwa apabila kemampuan perusahaan untuk menghasilkan laba meningkat, maka harga saham juga akan meningkat. *Net profit margin* merupaka rasio untuk mengukur laba yang dihasilkan perusahaan dari setiap penjualan yang dilakukan, sehingga dapat memberikan gambaran kepada investor atau para pemegang saham tentang laba yang dihasilkan dari presentase penjualan yang dilakukan. *Net profit margin* juga sering digunakan oleh investor untuk melihat kinerja dari sebuah perusahaan. Jadi untuk menampilkan kinerja perusahaan yang baik, pihak manajemen berusaha untuk melakukan praktik perataan laba untuk menampilkan tingkat laba yang terus meningkat dari satu periode ke periode berikutnya untuk memberikan gambaran kepada investor atau para pemegang saham tentang laba yang dihasilkan dan membuat harga sahamnya juga akan terus meningkat. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rifky *at al.* (2017:380) mengatakan bahwa berpengaruhnya NPM terhadap tindakan praktik perataan laba diduga karena rata-rata perusahaan belum memiliki kinerja yang cukup baik, sehingga manajemen melakukan praktik perataan laba untuk memperbaiki kinerja perusahaan agar lebih efektif.

Hasil penelitian oleh Dwiputra dan Suryanawa (2016) yang dilakukan pada perusahaan-perusahaan perbankan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode pengamatan tahun 2010-2013 dengan jumlah sampel 24 perusahaan menunjukan bahwa *net profit margin* berpengaruh pada praktik perataan laba. Hasil penelitian oleh Manuari dan Yasa (2014) menunjukan bahwa

variabel *net profit margin* berpengaruh terhadap praktik perataan laba. Hasil penelitian oleh Widana dan Yasa (2013) juga membuktikan bahwa *net profit margin* berpengaruh positif signifikan terhadap tindakan perataan laba.

Secara ringkas kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut :




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

## 2.3 Hipotesis

Tipe penelitian yang dilakukan adalah penelitian dengan pengujian hipotesis. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *net profit margin* terhadap praktik perataan laba. Berdasarkan uraian diatas, terdapat dua hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini. Pembahasan tentang masing-masing hipotesis akan diuraikan sebagai berikut :

$H_1$ : Ukuran Perusahaan berpengaruh terhadap praktik perataan laba.

$H_2$ : *Net profit margin* berpengaruh terhadap praktik perataan laba.