

## **BAB II**

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

#### **2.1 Kajian Pustaka**

##### **2.1.1 Ukuran Perusahaan**

###### **2.1.1.1 Pengertian Ukuran Perusahaan**

Ukuran perusahaan secara umum dapat diartikan sebagai suatu skala yang mengklasifikasikan besar atau kecilnya suatu perusahaan dengan berbagai cara antara lain dinyatakan dalam total asset, total penjualan, nilai pasar saham, dan lain-lain. Dilihat dari sisi kemampuan memperoleh dana untuk ekspansi bisnis, perusahaan besar mempunyai akses yang besar ke sumber-sumber dana baik ke pasar modal maupun perbankan untuk investasinya dalam rangka meningkatkan labanya (Setiawan, 2009:165).

Menurut Kurniasih (2012:148) ukuran perusahaan merupakan nilai yang menunjukkan besar kecilnya perusahaan yang dinilai dari ekuitas, penjualan atau aset. Begitupun dengan Bambang Riyanto (2010:35) menyatakan bahwa ukuran perusahaan menggambarkan besar kecilnya perusahaan dilihat dari besarnya nilai *equity*, nilai penjualan atau nilai aktiva.

Berdasarkan pengertian-pengertian diatas yang dikemukakan oleh berberbagai sumber dapat diartikan bahwa ukuran perusahaan merupakan skala yang menunjukkan besar atau kecilnya perusahaan yang dilihat dari besarnya nilai total asset, total penjualan, nilai pasar saham sehingga dapat menentukan cara pengendalian kegiatan perusahaan sesuai dengan ukuran perusahaan.

### 2.1.1.2 Indikator Ukuran Perusahaan

Ukuran perusahaan (*size*) menggunakan nilai buku dari total aset atau total aktiva sebagai proksi *size*. Rasio ini juga digunakan dalam penelitian Paramu dalam Indrajaya, dkk (2011) mengingat nilai aktiva perusahaan yang besar maka dalam proses perhitungan nilai total aktiva dihitung dalam jutaan rupiah serta ditransformasikan ke dalam bentuk logaritma natural (Ln).

Hampir semua perusahaan melihat *size* perusahaannya dari total aset. Ukuran yang didapat dari total aset ini merupakan seluruh aktiva yang dimiliki perusahaan, yang terdiri dari aktiva lancar dan aktiva tetap Widjaja (2009). Pengukuran perusahaan yaitu dengan mengukur aktiva yang digunakan untuk sebagai indikator besarnya perusahaan, ukuran aktiva tersebut diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Menurut Werner R. Murhadi (2013) ukuran perusahaan diukur dengan mentransformasikan total aset yang dimiliki perusahaan ke dalam bentuk logaritma natural. Berikut rumusan dari ukuran perusahaan:

$$\text{Ukuran Perusahaan} = \text{Ln}(\text{Total Aktiva})$$

Ket:

Ln : Logaritma natural

Berdasarkan uraian di atas menunjukkan bahwa untuk menentukan ukuran perusahaan digunakan dengan ukuran aktiva yang diukur sebagai logaritma dari total aktiva.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.46/M-DAG/PER/9/2009 tentang penerbitan surat izin usaha perdagangan, pasal 3 mengelompokan ukuran perusahaan atas:

**Tabel 2.1**  
**Kategori Ukuran Perusahaan**  
**Ukuran perusahaan Menurut Menteri Perdagangan RI**

Kategori	Nilai Aset (tanpa nilai tanah dan bangunan)
Perusahaan kecil	Rp.50.000.000-Rp.500.000.000
Perusahaan menengah	Rp.500.000.000-Rp.10.000.000.000
Perusahaan besar	>Rp.10.000.000.000

## 2.1.2 Profitabilitas

### 2.1.2.1 Pengertian Profitabilitas

Menurut Hery (2016: 152), profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk mengukur kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba dari aktivitas normal bisnisnya. Rasio profitabilitas dapat diukur dengan membandingkan antara berbagai komponen yang ada di dalam laba rugi dan atau neraca.

Menurut Kasmir (2014: 196), profitabilitas adalah rasio untuk menilai kemampuan perusahaan dalam mencari keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektifitas manajemen dalam suatu perusahaan. hal ini ditunjukkan oleh laba yang dihasilkan dari penjualan dan pendapatan investasi. Intinya adalah penggunaan rasio ini untuk menunjukan efisiensi perusahaan.

Penjelasan Irham Fahmi (2014: 81) tentang profitabilitas adalah rasio digunakan untuk mengukur efektivitas manajemen secara keseluruhan yang

ditunjukkan oleh besar kecilnya tingkat keuntungan yang diperoleh dalam hubungannya dengan penjualan maupun investasi.

Dari penjelasan-penjelasan yang dikemukakan oleh ahli tersebut dapat diartikan bahwa profitabilitas adalah rasio yang dapat menunjukkan kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba berdasarkan dari aktivitas bisnis seperti hasil dari penjualan dan pendapatan investasi, dan rasio profitabilitas digunakan untuk menilai efisiensi dan efektivitas perusahaan.

#### **2.1.2.2 Jenis-jenis Profitabilitas**

Berdasarkan pengertian diatas dapat diketahui bahwa tujuan yang hendak dicapai perusahaan adalah efisiensi dan efektivitas perusahaan dalam memperoleh laba. Profitabilitas memiliki jenis-jenis yang dikategorikan sesuai dengan dasar perhitungannya. Berikut jenis-jenis rasio profitabilitas menurut Kasmir (2016: 199):

##### **a. *Gross Profit Margin* (Marjin Laba Kotor)**

*Gross profit margin* merupakan perbandingan penjualan bersih dikurangi harga pokok penjualan dengan penjualan bersih atau rasio antara laba kotor dengan penjualan bersih. Menurut lyn M. Fraser dan Alieen Ormiston dalam Irham Fahmi (2014:136) memberikan pendapatnya bahwa *gross profit margin* atau marjin laba kotor yang memperlihatkan hubungan antara penjualan dan beban pokok penjualan, mengukur kemampuan perusahaan untuk mengendalikan biaya persediaan atau biaya operasi barang maupun untuk meneruskan kenaikan harga lewat penjualan kepada pelanggan. *Gross profit margin* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Gross Profit Margin} = \frac{\text{penjualan} - \text{harga pokok penjualan}}{\text{Penjualan}}$$

**b. Net Profit Margin (Marjin Laba Bersih)**

*Net profit margin* merupakan ukuran keuntungan dengan membandingkan antara laba setelah unga dan pajak dibandingkan dengan penjualan. *Net profit margin* disebut juga dengan rasio pendapatan terhadap penjualan. Marjin laba bersih sama dengan laba bersih dibagi dengan penjualan bersih, ini menunjukkan kestabilan kesatuan untuk menghasilkan perolehan pada tingkat penjualan khusus. Marjin dengan laba yang tinggi lebih disukai karena menunjukkan bahwa perusahaan mendapat hasil yang baik yang melebihi harga pokok penjualan.

Menurut Martono dan Agus Harjito (2014:60) *net profit margin* atau marjin laba bersih merupakan keuntungan penjualan setelah menghitung seluruh biaya dan pajak penghasilan. Semakin tinggi *net profit margin*, semakin baik operasi suatu perusahaan. *Net profit margin* dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{Net Profit Margin} = \frac{\text{Laba setelah pajak atau laba bersih}}{\text{Penjualan}}$$

**c. Return On Assets (Tingkat Pengembalian Aktiva)**

*Return on assets* merupakan pengukuran kemampuan perusahaan secara keseluruhan di dalam menghasilkan keuntungan dengan jumlah keseluruhan aktiva yang tersedia di dalam perusahaan.

Menurut Kasmir (2014:202) ROA merupakan rasio yang menunjukkan hasil (*return*) atas jumlah aktiva yang digunakan dalam perusahaan. Rasio profitabilitas dapat dihitung dengan *Return On Asset* menggunakan rumus:

$$\text{Return on asset} = \frac{\text{Laba}}{\text{Total aktiva}}$$

**d. Return on Equity (Tingkat Pengembalian Ekuitas)**

*Return on equity* sering disebut rentabilitas modal sendiri, dimaksudkan untuk mengukur seberapa banyak keuntungan yang menjadi hak modal sendiri.

ROE dapat dihitung dengan menggunakan rumus:

$$\text{ROE} = \frac{\text{Laba Setelah Pajak atau Laba Bersih}}{\text{Modal Saham atau Modal Sendiri}}$$

**e. Earning Per Share (Laba Per Saham)**

*Earning per share* rasio yang digunakan untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam mencapai keuntungan bagi pemegang saham. Rasio yang rendah berarti manajemen belum berhasil untuk memuaskan pemegang saham. Rumusan mencari rasio laba per saham adalah:

$$\text{EPS} = \frac{\text{Laba Saham Biasa}}{\text{Saham Biasa yang Beredar}}$$

Indikator yang digunakan pada penelitian ini adalah *Return On Assets*, dikarenakan pengguna laporan keuangan cenderung memperhatikan aset yang dimiliki oleh perusahaan. Rasio *return on assets* dapat membantu pengguna laporan keuangan perusahaan dalam melihat laba yang dihasilkan dari aset yang dimiliki, sehingga dapat memutuskan keputusan investasi dengan melihat aset yang dimiliki perusahaan. Karena perusahaan dengan aset yang besar dinilai mampu menjalankan kegiatan operasional perusahaan sesuai dengan harapan pemegang saham maupun pemilik perusahaan.

### **2.1.3 Manajemen Laba**

#### **2.1.3.1 Pengertian Manajemen Laba**

Menurut Kieso (2011:145) *earning management is often defined as the planned timing of revenues, expense, gains and losses to smooth out bumps in earnings*. Pernyataan tersebut menjelaskan bahwa manajemen laba sering didefinisikan sebagai perencanaan waktu dari pendapatan, beban, keuntungan dan kerugian untuk meratakan fluktuasi laba.

Menurut Irham Fahmi (2012:158) manajemen laba yaitu suatu tindakan yang mengatur laba sesuai dengan yang dikehendaki oleh pihak tertentu atau terutama oleh manajemen perusahaan. Menurut Sri Sulistyanto (2008:6) manajemen laba adalah upaya manajer dalam mengintervensi atau mempengaruhi informasi-informasi dalam laporan keuangan dengan tujuan untuk mengelabui *stakeholder* yang ingin mengetahui kinerja dan kondisi perusahaan.

Manajemen laba merupakan tindakan yang mengatur waktu pengakuan pendapatan, beban, keuntungan, atau kerugian agar mencapai informasi laba tertentu yang diinginkan. Biasanya manajemen laba dilakukan dalam bentuk menaikkan laba untuk mencapai target laba tertentu dan juga dalam bentuk menurunkan laba di periode ini, agar dapat menaikkan pendapatan di periode mendatang, Dwi Martani (2012:113).

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa manajemen laba adalah suatu penyusunan laporan keuangan yang sengaja dilakukan oleh manajemen yang ditunjukkan kepada pihak eksternal dengan cara meratakan, menaikkan dan menurunkan laporan laba dengan tujuan menciptakan kinerja perusahaan agar

terkesan lebih baik dari yang sebenarnya sehingga dapat memenuhi ekspektasi pemegang saham.

### **2.1.3.2 Strategi Manajemen Laba**

Menurut Subramanyam dan Wild John (2012:131) terdapat tiga strategi manajemen laba, yaitu:

1. *Increasing Income* (Meningkatkan Laba)

Merupakan strategi manajemen dalam meningkatkan laba yang dilaporkan pada periode kini untuk membuat perusahaan dipandang lebih baik. Cara ini memungkinkan peningkatan laba selama beberapa periode, dilakukan dengan cara akrual pembalik lebih kecil dibandingkan akruan kini, sehingga dapat meningkatkan laba. Jadi perusahaan dapat melaporkan laba yang lebih tinggi berdasarkan manajemen laba yang terus menerus dilakukan dalam jangka waktu yang panjang.

2. *Big Bath*

Strategi ini dilakukan melalui penghapusan sebanyak mungkin pada suatu periode, baik berupa aktiva atau pun membebankan perkiraan biaya yang akan datang. Periode yang dipilih merupakan periode dengan kinerja perusahaan yang buruk, kerugian berjalan atau pada saat terjadi suatu kejadian tidak biasa seperti perubahan manajemen, merge atau restrukturisasi.

3. *Income Smoothing* (Perataan Laba)

Strategi ini adalah dengan cara meningkatkan maupun menurunkan laba yang dilaporkan untuk mengurangi fluktuasi laba. Perataan laba mencakup

tidak melaporkan bagian laba pada periode baik dengan menciptakan cadangan atau bank laba dan kemudian melaporkan laba tersebut disaat periode kinerja perusahaan buruk.

### **2.1.3.3 Pendekatan Manajemen Laba**

Pendeteksian manajemen laba umumnya menggunakan pendekatan akrual yang menggunakan pengukuran berbasis akrual untuk mendeteksi manipulasi pada laporan keuangan. Pendekatan manajemen laba menurut Sri Sulistyanto (2008:211) adalah:

1. Model berbasis *Aggregate Accruals*

Model ini digunakan untuk mendeteksi rekayasa laporan keuangan dengan menggunakan *discretionary accruals* sebagai proksi manajemen laba.

2. Model berbasis *Spesific Accruals*

Model ini yaitu dengan menggunakan komponen atau item laporan keuangan tertentu dari distribusi tertentu. Seperti piutang yang tidak tertagih dari suatu industri.

3. Model berbasis *Distribution Of Earning After Management*

Model ini dikembangkan dengan melakukan pengujian secara statistik terhadap komponen atau item laba untuk mendeteksi faktor-faktor yang mempengaruhi pergerakan laba.

### **2.1.3.4 Motivasi Manajemen Laba**

Berikut motivasi manajemen melakukan manajemen laba menurut Sri Sulistyanto (2008:63) :

1. *Bonus Plan Hypotesis* (Hipotesis Rencana Bonus)

Rencana bonus dapat menjadi motivasi manajemen dalam melakukan manajemen laba. Rencana bonus akan cenderung membuat manajemen memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang akan membuat laba yang dilaporkan menjadi lebih tinggi. Konsep ini membahas bahwa bonus yang dijanjikan akan memotivasi manajer untuk bekerja lebih baik tetapi juga memotivasi manajer untuk melakukan kecurangan manajerial apabila hasil yang dicapai tidak sesuai ekspektasi.

2. *Debt (equity) Hypotesis* (Hipotesis Hutang)

Perusahaan mempunyai rasio antara hutang yang besar atau ekuitas yang lebih besar. Ketika perusahaan memiliki hutang yang besar, maka manajemen cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi dengan laporan laba yang lebih tinggi sehingga kemungkinan perusahaan untuk melakukan permainan laba bisa terjadi, dan jatuh tempo hutang bisa ditunda untuk periode selanjutnya. Semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang maka manajemen akan cenderung memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan sehingga dapat mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami pelanggaran kontrak.

3. *Political Cost Hypotesis* (Hipotesis Biaya Politik)

Perusahaan cenderung memilih dan menggunakan metode-metode akuntansi yang dapat memperkecil atau memperbesar laba yang dilaporkan. Motivasi ini membahas bahwa manajer perusahaan cenderung melanggar

regulasi pemerintah seperti undang-undang perpajakan, apabila ada manfaat dan keuntungan tertentu yang dapat diperolehnya. Manajer akan melakukan permainan laba agar kewajiban pembayaran tidak terlalu tinggi sehingga alokasi laba sesuai dengan kemauan perusahaan.

### 2.1.3.5 Metode Manajemen Laba

Metode yang digunakan untuk mendeteksi manajemen laba adalah hasil pengembangan dari teori Jones (1991) yang dikenal dengan *Modified Jones Model*. Menurut Sri Sulistyanto (2008:225) modifikasi model Jones merupakan modifikasi dari model Jones yang didesain untuk mengeliminasi kecenderungan untuk menggunakan perkiraan yang bisa salah dari model Jones untuk menentukan *desrectionary accruals* ketika *disrection* melebihi pendapatan.

Berikut langkah-langkah menghitung *desrectionary accruals* (DTA) :

- a. Mengukur total accrual dengan menggunakan model Jones yang dimodifikasi.

$$\text{Total Accrual (TAC)} = \text{laba bersih setelah pajak} - \text{ arus kas operasi}$$

- b. Menghitung nilai *accruals* yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS (*Ordinary Least Square*) :

$$\text{TAC}_t / \text{At-1} = \alpha_1 (1 / \text{At-1}) + \alpha_2 ((\Delta \text{REV}_t - \Delta \text{REC}_t) / \text{At-1}) + \alpha_3 (\text{PPE}_t / \text{At-1}) + e$$

Dimana

TAC<sub>t</sub> : total *accruals* perusahaan i pada periode t

At-1 : total aset untuk sampel perusahaan i pada akhir tahun t-1

REV<sub>t</sub> : perubahan pendapatan perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

RECT : perubahan piutang perusahaan i dari tahun t-1 ke tahun t

PPEt : aktiva tetap (*gross property plant and equipment*) perusahaan tahun t

- c. Menghitung *nondiscretionary accruals model* (NDA) adalah sebagai berikut:

$$NDA_t = \alpha_1 (1/At-1) + \alpha_2 ((\Delta REV_t - \Delta REC_t) / At-1) + \alpha_3 (PPE_t / At-1)$$

Dimana

NDA<sub>t</sub> : *nondiscretionary accruals* pada tahun t

$\alpha$  : *fitted coefficient* yang diperoleh dari hasil regresi pada perhitungan total *accruals*

- d. Menghitung *discretionary accruals*

$$DAC_t = (TAC_t / At-1) - NDA_t$$

DAC<sub>t</sub> : *discretionary accruals* perusahaan i pada periode t

Menurut Sri Sulistyanto (2008) nilai *discretionary accrual* dapat bernilai 0, baik positif maupun negatif. Apabila nilai *discretionary accruals* 0 akan menunjukkan manajemen laba yang dilakukan adalah *income smoothing*, dan nilai positif akan menunjukkan adanya manajemen laba dengan pola *income increasing* dan nilai negatif menunjukkan manajemen laba dengan pola *income decreasing*.

## **2.2 Kerangka Pemikiran**

### **2.2.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan dengan Manajemen Laba**

Total aktiva yang dimiliki perusahaan mencerminkan ukuran perusahaan. Suryandari (2012) menyebutkan perusahaan dengan ukuran yang lebih besar dan memiliki industri yang strategis mampu untuk melakukan praktik manajemen laba karena aktivitas perusahaannya diketahui dan mendapat perhatian besar di mata investor, pemerintah, dan masyarakat sehingga manajemen akan melakukan manajemen laba apabila kinerja perusahaan tidak sesuai dengan ekspektasi pemegang saham.

Sri Sulistyanto (2008:208) menyatakan bahwa ukuran perusahaan digunakan sebagai pedoman biaya politik dan biaya politik akan meningkat seiring dengan meningkatnya ukuran dan risiko perusahaan, dalam teori ini perusahaan yang besar memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba .

Menurut Sri Sulistyanto (2008:208) ukuran perusahaan atau skala perusahaan ditentukan dari jumlah total aset yang dimiliki oleh perusahaan. Ukuran perusahaan yang lebih besar cenderung akan lebih kritis dalam mendapatkan perhatian pemerintah, para analis dan investor sehingga manajemen akan menghindari fluktuasi laba yang drastis dengan melakukan manajemen laba. Perusahaan yang besar mempunyai insentif yang cukup besar untuk melakukan manajemen laba, karena salah satu alasan utamanya adalah perusahaan besar harus mampu memenuhi ekspektasi dari investor atau pemegang sahamnya. Semakin besar perusahaan, semakin banyak estimasi dan penilaian yang perlu diterapkan untuk tiap jenis aktivitas perusahaan yang semakin banyak.

### 2.2.2 Pengaruh Profitabilitas Terhadap Manajemen Laba

Menurut Linda dan Sri Sudarsi (2012) profitabilitas adalah kemampuan perusahaan memperoleh laba dalam hubungannya dengan penjualan, total aktiva, maupun modal sendiri. Profitabilitas adalah kemampuan dari suatu perusahaan untuk menghasilkan suatu laba di masa depan. Jika suatu perusahaan mempunyai profitabilitas tinggi maka manajemen cenderung akan melakukan perataan laba karena manajemen mengetahui kemampuan perusahaan untuk mendapatkan laba dimasa depan, sedangkan perusahaan yang kinerjanya lebih rendah tentu akan mencoba untuk mengangkat kinerjanya dengan melakukan manajemen laba tetapi mereka tentu lebih sulit untuk menutupinya ditahun berikutnya sehingga tidak terjadi perataan, tetapi lebih kepada *income increasing* selama beberapa periode.

Kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba selama periode tertentu merupakan profitabilitas. Rasio keuangan profitabilitas diukur dengan membandingkan laba bersih dengan total aktiva atau biasa disebut dengan *Return On Assets (ROA)*. Jika laba yang dihasilkan suatu perusahaan rendah maka profitabilitas perusahaan juga menjadi rendah sehingga manajemen melakukan perataan laba untuk menaikkan laba yang diperoleh, Linda dan Sri Sudarsi (2012).

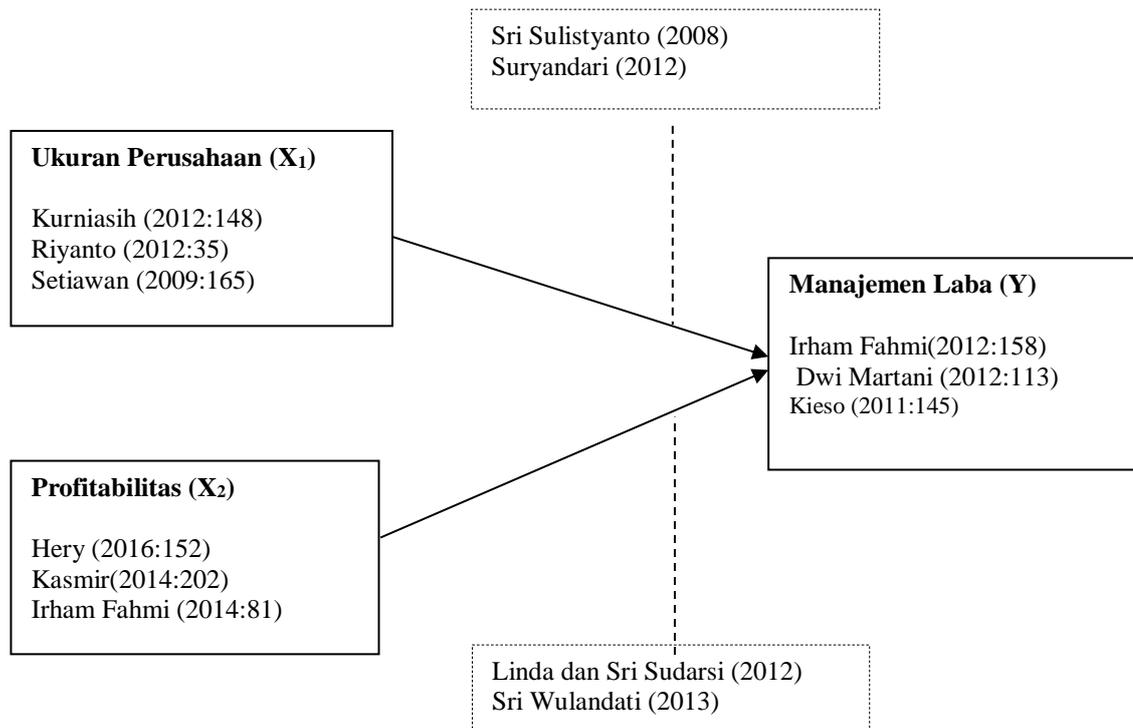
Profitabilitas yang diukur dengan *Return On Assets (ROA)*, menunjukkan kemampuan manajemen dalam memanfaatkan aktiva yang digunakan dalam kegiatan operasi. Semakin besar perubahan *return on assets* menunjukkan semakin besar fluktuasi kemampuan manajemen dalam menghasilkan laba. Hal ini mempengaruhi investor dalam memprediksi laba dan memprediksi risiko dalam

investasi sehingga memberikan dampak kepercayaan investor terhadap perusahaan. Sehubungan dengan itu, manajemen termotivasi untuk melakukan praktik perataan laba agar laba yang dilaporkan tidak fluktuasi sehingga dapat meningkatkan kepercayaan investor (Sri Wulandari dkk, 2013).

Riahi dan Belkaoui (2012:194) menyatakan bahwa manajemen laba diindikasikan dengan laba. Manajemen besar kemungkinan akan mengambil tindakan manipulasi laba ketika kondisi perusahaan tidak sesuai dengan keinginan manajemen, sehingga pemenuhan ekspektasi terhadap pemegang saham sulit untuk dipenuhi.

Pada dasarnya objek manajemen laba seharusnya didasarkan pada indikasi keuangan yang paling mungkin dan paling digunakan yaitu laba. Manajemen memungkinkan mengambil tindakan yang meningkatkan pelaporan laba pada saat laba sedang rendah dan mengambil tindakan yang menurunkan pelaporan laba pada saat laba tinggi.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan di atas, maka dapat digambarkan paradig penelitian sebagai berikut :



**Gambar 2.1**  
**Paradigma Penelitian**

### 2.3 Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian yang merupakan dugaan sementara dari penelitian, yaitu terdapat pengaruh ukuran perusahaan dan profitabilitas (ROA) terhadap manajemen laba.

Berikut hipotesis penelitian ini, yaitu :

H1: Ukuran perusahaan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

H2: Profitabilitas (ROA) berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.