

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh ukuran perusahaan dan *leverage* terhadap manajemen laba akan dijelaskan dalam tabel dibawah ini, yaitu :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Judul Penelitian	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1	Pengaruh Ukuran Perusahaan Dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba. Ayu Yuni Astuti & Elva Nuraina (2017)	Variabel Independen : -Ukuran perusahaan - <i>Leverage</i> Variabel Dependen : Y= Manajemen laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. ukuran perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba 2. <i>Leverage</i> berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan yaitu variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> . 2. Perbedaan yaitu Perusahaan perbankan yang terdaftar di BEI periode 2013-2015
2	Pengaruh ukuran perusahaan, umur perusahaan, <i>leverage</i> , dan profitabilitas terhadap manajemen laba Studi Pada Perusahaan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	Variabel Independen : -Ukuran perusahaan -Umur perusahaan - <i>Leverage</i> -Profitabilitas Variabel Dependen : -Manajemen laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. secara simultan Ukuran Perusahaan, Umur Perusahaan, <i>Leverage</i> , dan Profitabilitas berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba. 2. Secara parsial, Ukuran Perusahaan dan Profitabilitas	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan, yaitu variabel ukuran perusahaan dan <i>Leverage</i> 2. Perbedaan yaitu: - Variabel umur perusahaan, dan profitabilitas - Perusahaan pertambangan yang terdaftar

	Periode 2014-2016) .Yofi Prima Agustia & Elly Suryani (2018)		tidak berpengaruh signifikan terhadap Manajemen Laba 3. sedangkan Umur Perusahaan dan <i>Leverage</i> berpengaruh positif dan signifikan terhadap Manajemen Laba.	di BEI periode 2014-2016
3	Pengaruh Profitabilitas, Likuiditas, Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba. Dhea Kania Paramitha (2020)	Variabel Independen : - Profitabilitas - Likuiditas - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : - Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba karena menunjukkan hasil signifikan sebesar 0,049. 2. Likuiditas berpengaruh negatif terhadap manajemen laba karena menunjukkan hasil signifikan sebesar 0,049. 3. Sedangkan ukuran perusahaan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba karena hasilnya signifikannya sebesar 0,066	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan, yaitu variabel ukuran perusahaan. 2. Perbedaan yaitu : - Variabel profitabilitas, dan likuiditas. - Perusahaan property dan real estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) pada periode 2015-2018.
4	Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan <i>Leverage</i> Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Yang	Variabel Independen : - Ukuran Perusahaan - Profitabilitas - <i>Leverage</i> Variabel Dependen : - Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Secara parsial ukuran perusahaan, profitabilitas, dan <i>leverage</i> tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan, yaitu variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> . 2. Perbedaan yaitu : - Variabel profitabilitas

	Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI). Ketut Gunawan & Nyoman Ari Surya Darmawan (2015)		2. Secara simultan ukuran perusahaan, profitabilitas, dan leverage tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap manajemen laba.	- Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2009-2013
5	Pengaruh Kualitas Audit, <i>Leverage</i> , Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di BEI Periode 2013-2017. Leni Susanti dan Silvia Margareta (2019)	Variabel Independen - Kualitas Audit - <i>Leverage</i> - Ukuran Perusahaan Variabel Dependen : - Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1. Kualitas audit dan <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. 2. Ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan, yaitu variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> 2. Perbedaan, yaitu : - Variabel kualitas audit - Perusahaan manufaktur yang terdaftar di BEI periode 2013-2017
6	Pengaruh <i>tax planing</i> , ukuran perusahaan, <i>corporate sosial responsibility</i> (CSR) terhadap manajemen laba. Dewi Kusuma wardani dan Desifa kurnia santi, 2018	Variabel Independen : - <i>Tax Planing</i> - Ukuran Perusahaan - <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR) Variabel dependen : - Manajemen Laba	hasil penelitian menunjukkan sebagai bahwa: 1. <i>Tax planing</i> (perencanaan pajak) tidak memiliki pengaruh terhadap manajemen laba. 2. Ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba, dan <i>Corporate sosial responsibility</i> (CSR) memiliki	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan, yaitu variabel ukuran perusahaan. 2. Perbedaan yaitu - variabel <i>tax planing</i> dan <i>corporate sosial responsibility</i> (CSR) - perusahaan manufaktur sub sektor makanan dan minuman

			pengaruh positif terhadap manajemen laba.	
7	Pengaruh profitabilitas, <i>Leverage</i> , ukuran perusahaan, kepemilikan institusional dan kepemilikan manajerial terhadap manajemen laba. Dendi Purnama, 2017	Variabel Independen : - Profitabilitas - Ukuran perusahaan - Leverage - Kepemilikan institusional - Kepemilikan manajerial variabel dependen : - Manajemen Laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. Ukuran perusahaan, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial berpengaruh negatif terhadap manajemen laba 2. <i>Leverage</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba 3. Profitabilitas berpengaruh positif terhadap manajemen laba	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan, yaitu variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> . 2. Perbedaan, yaitu : - Variabel profitabilitas, kepemilikan institusional, kepemilikan manajerial
8	<i>Effect Of Firm Size and Leverage On Earning Management</i> . Ade Ghofir dan Yusuf (2020)	Variabel independen : - <i>Firm Size</i> - <i>Leverage</i> Variabel dependen : - <i>Earning Management</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. Persamaan yaitu variabel ukuran perusahaan dan <i>leverage</i> . 2. Perbedaan, yaitu perusahaan pada sub sektor makan dan minuman di BEI periode 2014-2018.

9	Pengaruh Good Corporate Governance dan Leverage Terhadap Manajemen Laba. Fioren Asitalia & Ita Trisnawati (2017)	Variabel independen : - Good Corporate Governance - <i>Leverage</i> Variabel dependen : - Manajemen laba	Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1. <i>good corporate governance</i> tidak berpengaruh terhadap manajemen laba 2. <i>leverage</i> berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba	Relevansi dengan penelitian ini adalah : 1. persamaan yaitu variabel <i>leverage</i> 2. perbedaan variabel <i>good corporate governance</i>
---	--	--	--	---

Sumber : Dirangkum dari berbagai sumber, 2022

1.2 Kajian Pustaka

1.2.1 Teori Keagenan (Agency Theory)

Teori keagenan menggambarkan korelasi antara pemegang saham (*shareholders*) sebagai prinsipal dan manajemen sebagai agen. Menurut Jensen dan Meckling (1976), hubungan keagenan merupakan suatu kontrak dimana satu atau lebih orang (prinsipal) memerintah orang lain (agen) untuk melakukan suatu jasa atas nama prinsipal serta memberi wewenang kepada agen membuat keputusan yang terbaik bagi prinsipal. Jika kedua belah pihak tersebut mempunyai tujuan yang sama untuk memaksimalkan nilai perusahaan, maka diyakini agen akan bertindak dengan cara yang sesuai dengan kepentingan prinsipal. Pemisahan yang terjadi antara kepemilikan dan pengelolaan perusahaan akan menimbulkan suatu konflik yang disebut dengan *agency conflict* (Ahmad dan Septriani, 2008).

Pemegang saham menilai kinerja manajer berdasarkan kemampuan dalam menghasilkan laba perusahaan. Sedangkan manajer berusaha

memenuhi permintaan pemegang saham agar menghasilkan laba yang maksimal supaya mendapatkan kompensasi yang diinginkan. Tetapi manajer kadangkala melakukan manipulasi ketika melaporkan kondisi keuangan perusahaan kepada pemegang saham agar tujuan dalam mendapatkan kompensasi tercapai.

Ketika manajer melaporkan kondisi keuangan perusahaan yang tidak sesuai dengan kondisi sebenarnya, hal ini disebabkan karena adanya perbedaan informasi yang dimiliki manajer dengan pemegang saham. Sementara itu, manajer sebagai pengelola lebih mengetahui keadaan yang sebenarnya di perusahaan daripada pemegang saham. Keadaan ini disebut sebagai asimetri informasi. Asimetri informasi muncul ketika manajer lebih mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan dimasa yang akan datang dibandingkan pemegang saham dan *stakeholder*. Semakin banyak informasi perusahaan yang dimiliki manajer akan lebih banyak mempunyai kesempatan dalam melakukan manajemen laba (Mahawyaharti dan Budiasih, 2016).

Menurut Eisenhardt (1989) dalam Sondang (2011) teori agensi menggunakan tiga asumsi sifat manusia, yaitu :

1. manusia pada umumnya mementingkan diri sendiri (*self interest*).
2. manusia memiliki daya pikir terbatas mengenai persepsi masa yang akan datang (*bounded rationality*).
3. Manusia menghindari risiko (*risk averse*).

Dengan adanya asumsi sifat dasar manusia tersebut maka seorang manajer akan cenderung bertindak oportunistik, yaitu lebih mengutamakan kepentingan pribadinya dan hal tersebut memicu terjadinya konflik keagenan. Teori ini memiliki asumsi bahwa setiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan dirinya sendiri sehingga menimbulkan konflik kepentingan antara principal dan agent (Usadha dan Gerianta, 2009). Oleh karena itu teori keagenan lebih menekankan pada penentuan kontrol yang efisien dalam hubungan pemilik dengan agen. Dengan demikian dibutuhkan kontrak yang efisien yaitu kontrak yang jelas untuk masing-masing pihak yang berisi tentang hak dan kewajiban, dengan demikian dapat meminimumkan konflik keagenan.

1.2.2 Teori Sinyal (*Signalling Theory*)

Signalling Theory merupakan kondisi dimana perusahaan perlu untuk mengirimkan sejumlah sinyal atau isyarat kepada investor bahwa mereka adalah perusahaan yang baik dan berkualitas (Sitompul et al., 2017). Teori ini lebih menekankan pentingnya informasi yang dikeluarkan perusahaan terhadap keputusan investasi oleh investor. Informasi yang lengkap, relevan, akurat, dan tepat waktu sangat dibutuhkan oleh investor yang digunakan sebagai alat analisis untuk mengambil keputusan investasi.

Signalling Theory untuk menggambarkan perilaku ketika dua pihak (individu atau organisasi) memiliki akses ke informasi yang berbeda, sehingga bisa menimbulkan asimetri informasi (Hariningsih

dan Harsono, 2019). Teori ini menyampaikan tentang bagaimana seharusnya perusahaan memberikan sinyal berupa promosi atau informasi yang menyatakan bahwa perusahaan tersebut lebih baik daripada perusahaan lainnya.

Signalling Theory mengindikasikan bahwa perusahaan akan berusaha menunjukkan sinyal berupa informasi positif kepada investor melalui pengungkapan dalam laporan keuangan (Miller dan Whitting, 2005) dalam (Permana, 2018). Laba merupakan sebuah sinyal yang diberikan oleh manajer perusahaan memiliki keyakinan terhadap prospek perusahaan yang baik, maka manajer perusahaan akan menyampaikan kepada investor dan diharapkan investor bisa menangkap sinyal tersebut sehingga investor bisa menilai kualitas perusahaan yang lebih tinggi.

Teori ini juga menjelaskan bahwa perusahaan yang baik akan menghasilkan return yang baik pula (Katti dan Phani, 2016) dalam (Sitompul et al., 2017). Perusahaan akan mencoba untuk menjadi baik (meningkatkan nilai perusahaan) dengan berbagai cara, salah satunya praktik manajemen laba. Dengan melakukan praktik manajemen laba, perusahaan akan dipersepsikan sebagai perusahaan yang berkualitas sehingga akan digambarkan dengan adanya return positif saat perdagangan saham di pasar sekunder. Oleh karena itu, *Signalling Theory* digunakan peneliti untuk memahami keterkaitan antara manajemen laba dan variabel yang telah ditentukan.

1.2.3 Manajemen Laba

Manajemen laba atau yang sering disebut *earnings management*. Menurut Santana dan Wirakusuma (2016) manajemen laba ialah proses yang disengaja, dengan batasan standar akuntansi keuangan untuk mengatur pelaporan laba pada tingkat tertentu. Manajemen laba dapat dilakukan dengan dua cara, yakni mengubah metode akuntansi dan mengubah estimasi dan kebijakan akuntansinya. Manajemen laba merupakan masalah yang sering muncul dalam setiap perusahaan. Permasalahan ini sulit untuk dihindari karena menyangkut adanya keuntungan individu semata dan juga keuntungan perusahaan. Manajer melakukan manajemen laba bertujuan untuk mewujudkan kepentingan pribadinya, yaitu dengan cara mengatur besarnya laba yang akan dilaporkan ke *stakeholder*.

Praktik manajemen laba yang dilakukan oleh manajemen perusahaan akan berakibat fatal, konsekuensi yang didapatkan, yaitu perusahaan akan kehilangan dukungan dari para *stakeholders*. Hal ini akan memberikan respon negatif berupa tekanan dari investor, sanksi dari regulator, ditinggalkan oleh rekan kerja, boikot dari para aktivis, dan pemberitaan negatif di media massa. Tindakan tersebut merupakan bentuk ketidakpuasan *stakeholders* terhadap kinerja perusahaan yang dimanipulasi, dan akan merusak reputasi perusahaan dipasar modal.

Manajemen laba terjadi disaat perusahaan berada dititik kritis. Ketika keuntungan suatu perusahaan turun maka perusahaan akan melakukan manajemen laba dengan menaikkan laba (*income increasing*). Ketika perusahaan melaporkan pajak maka perusahaan akan menurunkan laba (*income decreasing*) agar pajak yang dibayarkan tidak terlalu besar. Ketika laba perusahaan mengalami fluktuatif (naik turun laba) maka perusahaan akan melakukan perataan laba (*income smoothing*). Ketika perusahaan mengalami kerugian, maka perusahaan akan melakukan *big bath* dengan cara mengurangi aset pada periode sekarang agar laba di periode berikutnya meningkat (Hastuti, 2014).

Menurut Scott (1997) dalam Fransiska (2007), beberapa motivasi terjadinya manajemen laba (*earnings management*) antara lain :

1. *Bonus Schemes* (Rencana Bonus)

Manajer cenderung akan melakukan tindakan pengelolaan laba pada perusahaan yang memiliki rencana bonus. Manajer akan berusaha mengatur laba yang dilaporkan agar dapat memaksimalkan bonus yang akan diterimanya.

2. *Contractual Motivations* (Motivasi Kontrak)

Semakin dekat suatu perusahaan ke pelanggaran perjanjian hutang maka manajer akan cenderung memilih metode akuntansi yang dapat memindahkan laba periode mendatang ke periode berjalan sehingga dapat mengurangi kemungkinan perusahaan mengalami pelanggaran kontrak.

3. *Political Motivations* (Motivasi Politik)

Perusahaan akan cenderung akan melakukan monopoli, maka manajer akan berusaha untuk menurunkan labanya agar sorotan serta tekanan publik terhadap perusahaan berkurang.

4. *Taxation Motivation* (Motivasi Perpajakan)

Manajer akan berusaha untuk membayar pajak serendah mungkin dengan cara mengurangi labanya. Dengan mengurangi laba yang dilaporkan maka perusahaan dapat mengurangi beban pajak yang harus dibayarkan kepada pemerintah.

5. *Changes of Chief Executive Officer* (Penggantian CEO)

Manajer perusahaan (CEO) akan berusaha meningkatkan kinerjanya untuk menghindari penggantian CEO oleh pemilik perusahaan dengan cara meningkatkan laba, jika penilaian kinerja berdasarkan laba. CEO yang dinilai baik oleh pemilik perusahaan akan diberikan insentif (*reward*), sedangkan manajer yang kinerjanya kurang baik akan diganti oleh pemilik perusahaan (*punishment*).

6. *Initial Public Offering* (IPO)

Manajer perusahaan akan melakukan *earnings management* agar harga sahamnya saat penawaran perdana (IPO) lebih tinggi, sedangkan kapitalisasi modal perusahaan menjadi lebih besar. Saat perusahaan go public, informasi keuangan yang ada dalam prospektus merupakan sumber informasi yang penting. Informasi ini dapat dipakai sebagai sinyal kepada calon investor tentang nilai

perusahaan. Untuk mempengaruhi keputusan calon investor maka manajer perusahaan menaikkan laba yang dilaporkan.

Penghitungan manajemen laba pada penelitian ini menggunakan *Discretionary Accrual* (DA). Menurut Sulistyanto (2008:165), secara empiris nilai *discretionary accruals* bisa nol, positif, atau negatif. Nilai nol menunjukkan manajemen laba dilakukan dengan pola perataan laba (*income smoothing*), sedangkan nilai positif menunjukkan bahwa manajemen laba dilakukan dengan pola kenaikan laba (*income increasing*) dan nilai negatif menunjukkan manajemen laba dengan pola penurunan laba (*income decreasing*).

Discretionary Accrual (DA) sebagai proksi dari manajemen laba dihitung menggunakan model jones dimodifikasi (*modified jones model*), karena model ini dianggap baik diantara model lain untuk mengukur manajemen laba. Rumus yang digunakan untuk menghitung manajemen laba dengan metode *discretionary accruals* menurut Sulistyanto (2008) adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung total accrual merupakan selisih dari pendapatan bersih (*net income*) dengan arus kas operasi untuk setiap perusahaan dan setiap tahun pengamatan.

$$TA_{it} = N_{it} - CFO_{it} \quad (2.1)$$

Keterangan :

TA_{it} = Total Accrual

N_{it} = Laba bersih (*net income*) perusahaan i pada periode t

CFO_{it} = Arus kas operasi (cash flow of operation) perusahaan i pada periode t

- b. Total Accrual yang diestimasi dengan persamaan regresi OLS (*Ordinary Least Square*)

$$TA_{it}/A_{it-1} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 (\Delta REV_{it}/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + e \quad (2.2)$$

Keterangan :

TA_{it} = Total Accrual

A_{it-1} = Total aset perusahaan i pada tahun t – 1

ΔREV_{it} = Perubahan pendapatan perusahaan i pada tahun t

PPE_{it} = Aset tetap perusahaan i pada tahun t (property, plant, and equipment)

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien regresi

e = Error

- c. Setelah menggunakan koefisien regresi diatas, maka nilai *non discretionary accrual* (NDA) dapat dihitung menggunakan rumus :

$$NDA_{it} = \beta_1 (1/A_{it-1}) + \beta_2 ((\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it})/A_{it-1}) + \beta_3 (PPE_{it}/A_{it-1}) + e \quad (2.3)$$

Keterangan :

NDA_{it} = *Non Discretionary Accruals* perusahaan i pada periode ke t

ΔREC_{it} = Perubahan piutang perusahaan i pada tahun t

- d. Sehingga, *discretionary accrual* (DA) bisa dihitung dengan rumus :

$$DA_{it} = TA_{it} / A_{it} - 1 - NDA_{it} \quad (2.4)$$

Keterangan :

DA_{it} = *Discretionary Accrual* perusahaan i pada periode ke-t

Berikut kriteria penilaian manajemen laba, yaitu :

Tabel 2.2 Kriteria Penilaian Manajemen Laba

Manajemen Laba	Kriteria
$DA_{it} < 0$	Tidak melakukan manajemen laba
$DA_{it} > 0$	Melakukan manajemen laba

Sumber : Muid (2005) dalam Pradana 2020

1.2.4 Ukuran Perusahaan

Menurut Brigham dan Houston (2010:4) ukuran perusahaan merupakan ukuran besar kecilnya suatu perusahaan yang ditunjukkan atau dinilai oleh total aset, total penjualan, jumlah laba, beban pajak dan lain-lain. Sedangkan menurut Hartono (2008:14) ukuran perusahaan merupakan besar kecilnya perusahaan dapat dihitung dengan total aktiva atau besar harta perusahaan dengan menggunakan perhitungan nilai logaritma total aktiva. Dengan begitu ukuran perusahaan adalah skala dimana perusahaan dapat digolongkan dalam ukuran besar atau kecilnya perusahaan tersebut dengan mengukur total aktiva, log size, harga pasar saham, dan lain-lain. UU No. 20 Tahun 2008 menggolongkan ukuran perusahaan ke dalam 4 kategori yaitu

1. Usaha Mikro
2. Usaha Kecil
3. Usaha Menengah
4. Usaha Besar

Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain: total aktiva, log size, nilai pasar saham, dan lain-lain (Putri, S. M., dan Titik, F., 2014). Ukuran perusahaan adalah ukuran dasar yang menunjukkan besar kecilnya tingkat penjualan dan internal kontrol perusahaan (Arifin, L., dan Destriana, N, 2016). Amelia, W., dan Hernawati, E (2016) mengatakan bahwa ukuran perusahaan yang kecil dianggap lebih sering melakukan praktik manajemen laba daripada perusahaan besar karena perusahaan kecil lebih menginginkan untuk memperlihatkan situasi perusahaan yang kinerjanya baik supaya investor menanamkan modalnya pada perusahaan tersebut. Sedangkan untuk perusahaan besar akan lebih berhati-hati dalam melakukan pelaporan keuangan karena lebih banyak perhatian oleh masyarakat yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk melaporkan kondisi yang lebih akurat (Amelia, W., dan Hernawati, E, 2016).

Sedangkan menurut Sihaloho, K. V, dan Sitanggang, A (2016) perusahaan yang besar cenderung akan memerlukan dana yang lebih besar daripada perusahaan yang lebih kecil. Perusahaan yang mempunyai total aset dengan jumlah besar akan memperoleh perhatian lebih banyak dari investor, kreditor maupun para pemakai informasi keuangan lainnya dibandingkan dengan perusahaan kecil, hal ini cenderung menimbulkan terjadinya praktik manajemen laba (Sihaloho, K. V, dan Sitanggang, A, 2016).

Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran sesuai dengan penelitian Mahawyahrti, T., dan Budiasih, G. N (2016).

Size = Ln (Total Asset)

Keterangan :

Size : Ukuran perusahaan

Ln : Logaritma natural

Asset : Total aset perusahaan

Berikut kriteria penilaian ukuran perusahaan, yaitu :

Tabel 2.3 Kriteria Penilaian Ukuran Perusahaan

Ukuran Perusahaan	Kriteria
23,68 – 29,02	Sangat Tinggi
23,69 – 26,34	Tinggi
21,00 – 23,66	Sedang
18,31 – 20,98	Rendah
15,62 – 18,30	Sangat Rendah

Sumber : Ratnasari (2016)

1.2.5 Leverage

Rasio *leverage* adalah mengukur seberapa besar perusahaan dibiayai dengan utang. Penggunaan *leverage* ini dengan tujuan agar keuntungan yang diperoleh lebih besar daripada biaya aset dan sumber dananya. Dengan demikian penggunaan *leverage* akan menaikkan keuntungan bagi pemegang saham. Sebaliknya *leverage* juga dapat menaikkan risiko keuntungan. Jika perusahaan mendapat keuntungan yang lebih rendah dari biaya tetapnya maka penggunaan *leverage* akan menurunkan keuntungan pemegang saham (Harjito dan Martono, 2014).

Leverage adalah hutang yang digunakan oleh perusahaan untuk membiayai asetnya dalam rangka menjalankan aktivitas operasionalnya (Gunawan, I. K., dkk, 2015). Menurut Kasmir (2016) rasio utang yang digunakan untuk mengukur perbandingan antara total utang dengan total aktiva disebut *debt ratio*. Dengan kata lain, seberapa besar aktiva perusahaan dibiayai oleh utang atau seberapa besar utang perusahaan terhadap pengelolaan aktiva. Jika perusahaan memiliki hutang yang semakin besar sehingga risiko yang dihadapi pemilik juga besar yang mengakibatkan pemilik menginginkan tingkat keuntungan semakin tinggi agar perusahaan tidak terancam di likuidasi (Gunawan, I. K., dkk, 2015). Wijaya, V. A., dan Christiawan, Y. J. (2014), *leverage* memiliki hubungan dengan sumber dana eksternal, yaitu dengan kata lain sumber dana yang berasal dari investor terutama utang yang dipergunakan untuk membiayai biaya operasional pada suatu perusahaan, Watts dan Zimmerman dalam Wijaya, V.A., dan Christiawan, Y.J. (2014) menyatakan bahwa dalam *debt covenant hypothesis* semakin perusahaan mendekati arah pelanggaran terhadap syarat-syarat utang berdasarkan angka akuntansi, maka *agent* atau manajer akan lebih memilih prosedur akuntansi yaitu memindahkan laba periode yang akan datang ke periode berjalan. Menurut Chandra Yuliana (2011) penggunaan *leverage* mengandung beberapa implikasi diantaranya sebagai berikut :

1. Para kreditur akan melihat modal perusahaan, atau dana yang diberikan penanam modal untuk menentukan besarnya batas margin yang aman.
2. Mencari dana dari hutang, para pemilik modal mendapat manfaat untuk mempertahankan kendali perusahaan dengan investasi terbatas.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pengukuran *debt ratio to asset ratio* (Kasmir : 2016)

$$\text{Debt to Asset Ratio} = \frac{\text{Total Debt}}{\text{Total Aset}} \times 100\%$$

Keterangan :

Total debt : total utang

Total asset : total aset

Debt Ratio : rasio utang

Berikut kriteria penilaian *leverage*, yaitu :

Tabel 2.4 Kriteria Penilaian *Leverage*

Presentase	Kriteria
$\leq 25\%$	Rendah
$25\% \leq x \leq 50\%$	Rendah
$50\% \leq x \leq 75\%$	Sedang
$75\% <$	Tinggi

Sumber : Tomy, 2011

1.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan merupakan nilai yang memberikan gambaran besar atau kecilnya sebuah perusahaan dengan proksi yang biasanya digunakan untuk mewakili ukuran perusahaan adalah jumlah karyawan, total aset, jumlah penjualan, dan kapitalisasi pasar (Reviani & Sudantoko 2012). Apabila perusahaan menghadapi kebutuhan dana yang semakin tinggi akibat pertumbuhan penjualan tetapi dana yang ada di perusahaan sudah dipergunakan semua, maka perusahaan akan melakukan hutang maupun dengan mengeluarkan saham baru. Maka perusahaan yang besar akan lebih berani mengeluarkan saham baru dalam memenuhi kebutuhan, sehingga manajer memiliki motivasi untuk melakukan manajemen laba agar dalam pelaporan laba yang dihasilkan tinggi dapat menarik investor dan kreditur.

Perusahaan yang besar juga akan cenderung berupaya untuk melaporkan perolehan laba yang stabil setiap tahunnya. Hal tersebut sejalan dengan penelitian yang dilakukan Nariastiti dan Dwi Ratnadi (2014) menyatakan bahwa ukuran perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba. Ini berarti, semakin besar ukuran perusahaan akan mengurangi perusahaan melakukan terjadinya manajemen laba. Karena pemegang saham dan pihak yang berkepentingan akan lebih teliti dibandingkan perusahaan yang kecil. Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan hipotesis :

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

1.3.1 Pengaruh *Leverage* Terhadap Manajemen Laba

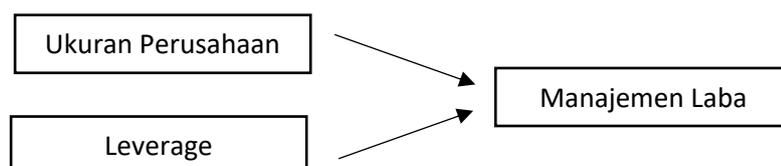
Leverage merupakan perbandingan antara total kewajiban dengan total aset perusahaan. Semakin tinggi rasio *leverage* maka akan semakin tinggi pula risiko perusahaan dalam membayar kewajibannya sehingga hal ini akan berdampak pada kepercayaan kreditur. Nilai rasio *leverage* yang tinggi dianggap mempunyai banyak utang kepada pihak eksternal. Akibatnya kondisi tersebut mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan praktik *income smoothing* (Tampubolon, 2005). Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan oleh Widyastuti (2009) menyatakan bahwa *leverage* yang tinggi mendorong manajemen perusahaan untuk melakukan pengelolaan laba.

Penelitian berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan sebagai berikut :

H2: *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba.

1.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting (Sugiyono, 2018). Variabel dalam penelitian ini adalah Variabel Independen (X), yaitu X1 = Ukuran Perusahaan, X2 = *Leverage*. Variabel Dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Manajemen Laba. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat gambar di bawah ini



1.5 Hipotesis Penelitian

H1: Ukuran Perusahaan berpengaruh negatif terhadap manajemen laba

H2 : *Leverage* berpengaruh positif terhadap manajemen laba