

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Penelitian tentang “Pengaruh asimetri informasi dan ukuran perusahaan terhadap manajemen laba (*earning management*) pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia” membutuhkan kajian teori sebagai berikut:

2.1.1 Teori Agensi

Konsep manajemen laba yang menggunakan pendekatan teori keagenan (*agency theory*) menyatakan bahwa praktik manajemen laba di pengaruhi oleh konflik kepentingan antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*). Hal tersebut timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya. Dalam hubungan keagenan, manajer memiliki asimetri informasi terhadap pihak eksternal perusahaan, seperti kreditur dan investor. Asimetri informasi ini terjadi ketika manajer memiliki informasi internal perusahaan relatif lebih banyak dan mengetahui informasi tersebut relatif lebih cepat di banding pihak eksternal. Dalam kondisi demikian, manajer dapat menggunakan informasi yang diketahuinya untuk memanipulasi pelaporan keuangan dalam memaksimalkan kemakmurannya. Aryanis (2007).

Teori ini menyatakan bahwa praktik manajemen laba dipengaruhi konflik kepentingan antara manajemen (agent) dan pemilik (principal) yang timbul ketika setiap pihak berusaha untuk mencapai atau mempertahankan tingkat kemakmuran yang dikehendakinya Noviana dkk (2007). Asumsi dari teori agensi yaitu bahwa tiap-tiap individu semata-mata termotivasi oleh kepentingan antara pemilik dan manajemen. Konflik kepentingan tersebut terjadi adanya asimetri informasi.

Terdapat tiga asumsi yang mendasari teori keagenan Rahmawati, dkk (2007):

1. Pasar yang normal dan kompetitif
2. Nexus dari asimetri informasi adalah hubungan principal-agent antara pemilik dan manajer.
3. Struktur modal optimal menghendaki alat yang terbatas.

2.1.2 Manajemen Laba (*Earning Manajement*)

Menurut Schipper (1989) dalam Saiful (2004) mendefinisikan manajemen laba sebagai suatu intervensi dengan maksud tertentu terhadap proses pelaporan keuangan eksternal dengan sengaja memperoleh beberapa keuntungan pribadi. Sedangkan Setiawati dan Saputro (2004) menyatakan bahwa manajemen laba adalah campur tangan manajemen dalam proses penyusunan laporan keuangan eksternal guna mencapai tingkat laba tertentu dengan tujuan untuk menguntungkan dirinya sendiri (atau perusahaannya sendiri). Hal

senada juga diungkapkan oleh Copeland (1968) dalam Utami (2005) mendefinisikan manajemen laba sebagai, “some ability to increase or decrease reported net income at will” ini berarti manajemen laba mencakup usaha manajemen untuk memaksimalkan atau meminimumkan laba, termasuk perataan laba sesuai keinginan manajemen. Menurut Scott dalam Saiful (2004), manajemen laba merupakan pemilihan kebijakan akuntansi oleh manajer dari standar akuntansi yang ada dan secara alamiah dapat memaksimalkan utilitas mereka dan atau nilai pasar.

Scott (2000: 302) mengemukakan beberapa motivasi terjadinya manajemen laba :

1). Bonus Purposes

Manajer yang memiliki informasi atas laba bersih perusahaan akan bertindak secara oportunistik untuk melakukan manajemen laba dengan memaksimalkan laba saat ini (Healy, 1985).

2). Political Motivations

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 Motivations

Motivasi penghematan pajak menjadi motivasi manajemen laba yang paling nyata. Berbagai metoda akuntansi digunakan dengan tujuan penghematan pajak pendapatan.

4) Pergantian CEO

CEO yang mendekati masa pensiun akan cenderung menaikkan 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 public belum memiliki nilai pasar, dan menyebabkan manajer perusahaan yang akan go public melakukan manajemen laba dalam prospektus mereka dengan harapan dapat menaikkan harga saham perusahaan.

6) Pentingnya Memberi Informasi Kepada Investor

Informasi mengenai kinerja perusahaan harus disampaikan kepada investor sehingga pelaporan laba perlu disajikan agar investor tetap menilai bahwa perusahaan tersebut dalam kinerja yang baik.

Sugiri dalam Widyaningdyah (2001) membagi definisi manajemen laba menjadi dua yaitu:

a. Definisi sempit

Manajemen laba dalam hal ini berkaitan dengan pemilihan metode akuntansi. Manajemen laba dalam artian sempit ini didefinisikan sebagai perilaku manajemen untuk “bermain” dengan komponen-komponen akrual yang dapat dipengaruhi oleh kebijakan manajer (*discretionary accruals*) dalam menentukan besarnya laba.

b. Definisi luas

Manajemen laba merupakan tindakan manajer untuk meningkatkan atau mengurangi laba yang dilaporkan saat ini atas suatu unit dimana manajer bertanggung jawab, tanpa mengakibatkan peningkatan atau penurunan profitabilitas ekonomi jangka panjang.

Menurut Scott (2000) dalam Rahmawati, dkk (2006), pola manajemen laba dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu:

- *Taking a Bath*

Pola ini dilakukan apabila terjadi suatu keadaan yang tidak menguntungkan bagi perusahaan dan tidak bisa dihindari pada periode berjalan. Pola ini dilakukan oleh manajer dengan cara menggeser biaya discretionary accrual periode mendatang ke periode kini atau menggeser pendapatan akrual diskresioner periode kini ke periode mendatang.

- *Income Minimization*

Pola ini dilakukan pada saat perusahaan memperoleh tingkat profitabilitas yang tinggi dengan tujuan agar tidak mendapat perhatian secara politis. Hal ini dimaksudkan untuk keperluan pertimbangan pajak (meminimumkan kewajiban pajak perusahaan), pertimbangan peraturan perpajakan yang berlaku (misal dalam hal perusahaan memperoleh proteksi impor, mengurangi denda akibat pelanggaran).

- *Income Maximization*

Pola ini dilakukan oleh manajer untuk memaksimalkan laba dengan tujuan untuk memperoleh bonus yang lebih besar, menciptakan kinerja yang baik sehingga dapat meningkatkan nilai perusahaan.

- *Income Smoothing*

Pola ini sering dilakukan dengan tujuan untuk mengurangi fluktuasi laba yang terlalu tinggi sehingga dengan adanya pola perataan laba akan mengimplikasikan suatu aliran laba yang stabil dan merata.

2.2 Asimetri Informasi dan Teori *Bid-Ask Spread*

2.2.1 Asimetri Informasi

Asimetri Informasi merupakan salah satu aspek pemicu timbulnya manajemen laba. Informasi asimetri merupakan kondisi dimana suatu pihak memiliki informasi yang tidak diketahui oleh pihak lain (Rahmawati, dkk 2006). Kondisi ini memberikan kesempatan kepada pihak manajemen untuk menggunakan informasi yang di ketahuinya untuk memanipulasi keuangannya sebagai usaha untuk memaksimalkan kemakmurannya. Informasi dikatakan dalam kondisi asimetri jika suatu pihak memiliki pengetahuan lebih dari pihak lainnya, dalam konteks teori keagenan, asimetri informasi didefinisikan sebagai perbedaan informasi yang dimiliki oleh agent dan principal tidak dapat memonitor kemampuan atas potensi yang sesungguhnya yang dimiliki oleh agent. Solihin dan Brahmayanti (2006).

Asimetri informasi dapat menjadi masalah serius ketika informasi penting tentang perusahaan dan pengendalian perusahaan ada di tangan agent dan tidak diketahui oleh pihak principal. Salah satu asumsi yang mendasari teori keagenan adalah penekanan pada aspek ekonomi yang mendasari hubungan antara agent dan principal. Agent, misalkan manajer bawahan akan berupaya mencapai prestasi jika termotifasi adanya insentif dari atasan. Dengan demikian , insentif juga

bias digunakan principal dalam memonitor perilaku agent agar sesuai dengan kontrak kerja antara agent dan principal yang telah disepakati.

2.2.2 Teori Bid-Ask Spread

Bid-Ask Spread merupakan selisih harga jual tertinggi dengan harga jual terendah saham *treader*. Menurut Stoll (1998) dalam Astuti (2011) ada tiga fungsi dari komponen biaya, yaitu:

1. Pemilik Saham (*Inventory Holding Cost*)

Pemilik saham yaitu biaya yang ditanggung oleh perdagangan *sekuritas* untuk membawa persediaan saham agar dapat diperdagangkan sesuai dengan permintaan.

2. Pemrosesan Pemesanan (*Order Processing Cost*)

Terdiri dari biaya yang dibedakan oleh pedagang *sekuritas* atas kesiapannya mempertemukan pesanan pembelian, penjualan dan kompensasi untuk waktu yang diluangkan oleh pedagang *sekuritas* guna menyelesaikan transaksi.

3. Informasi Asimetri

Biaya informasi lahir karena adanya pihak *treader* yang tidak sama dalam memiliki dan mengakses informasi.

2.3 Ukuran Perusahaan

Lebih besar terhadap kepentingan publik dibandingkan dengan perusahaan kecil. Bagi investor, kebijakan perusahaan akan berimplikasi

terhadap prospek cash flow dimasa yang akan datang. Sedangkan bagi regulator (pemerintah) akan berdampak terhadap besarnya pajak yang akan diterima, serta efektifitas peran pemberian perlindungan terhadap masyarakat secara umum. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar kecilnya perusahaan menurut berbagai cara, antara lain: log total aktiva (Marihhot dan Doddy, 2007), log total penjualan (Nuryaman, 2008), kapitalisasi pasar. Machfoedz (1994) dalam Mardiyah (2001) menjelaskan bahwa pada dasarnya ukuran perusahaan hanya terbagi dalam 3 kategori yaitu perusahaan besar (large firms), perusahaan sedang (medium firms), perusahaan kecil (small firms). Penentuan ukuran perusahaan ini adalah berdasarkan kepada total aktiva perusahaan.

2.4 Kerangka pemikiran

Manajemen laba adalah campur tangan dalam proses pelaporan eksternal dengan tujuan untuk menguntungkan diri sendiri (Rahmawati dkk, 2006). Angelina (2012) menjelaskan bahwa manajemen laba merupakan upaya dalam bentuk rekayasa angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan dengan cara menentukan metode dan prosedur akuntansi tertentu.

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi yang lebih baik eksternal perusahaan. Keberadaan asimetri antara manajemen (*agent*) dengan pemilik (*principal*) dapat memberikan kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba.

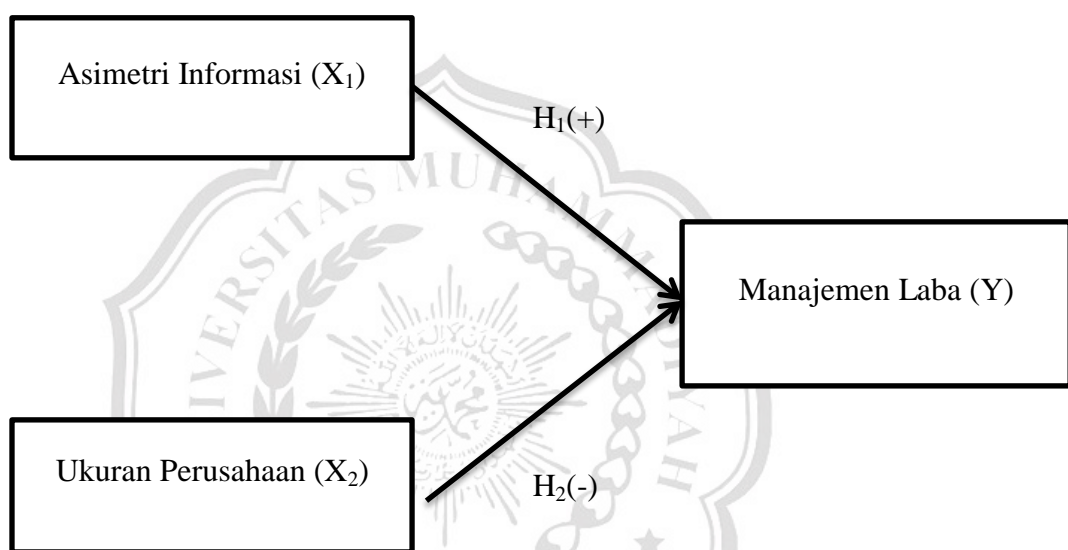
Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dkk (2006) dan Wardani dan Masodah (2011) dari hasil penelitiannya juga menyimpulkan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Namun hasil berbeda dengan penelitian Firdaus (2011) dan wiryadi (2013) bahwa asimetri informasi tidak berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba.

Ukuran perusahaan adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan memiliki aktivitas operasinal yang lebih kompleks sehingga memungkinkan dilakukan manajemen laba. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham. Keputusan Ketua Bapepam No. Kep 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (*asset*) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar rupiah, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang memiliki total aktiva diatas seratus milyar rupiah.

Kusumawardani (2012) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Artinya semakin tinggi ukuran perusahaan, maka cenderung tidak melakukan manajemen laba. Semakin besar perusahaan akan cenderung untuk menurunkan praktik manajemen laba, karena perusahaan besar lebih mendapat perhatian dari institusi pemerintah dibanding dengan perusahaan kecil (Handayani dan Rahadi, 2009).

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Richardson (1998) bahwa asimetri informasi berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Ketika asimetri informasi tinggi, *stakeholders* tidak memiliki sumber daya yang cukup, intensif atau akses informasi yang relevan untuk memonitor tindakan manajer. Hal ini memberikan peluang kepada manajer untuk melakukan pengelolaan laba (*earning management*).

Kusumawardani (2012) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Artinya semakin tinggi ukuran perusahaan, maka cenderung tidak melakukan

manajemen laba. Semakin besar perusahaan akan cenderung untuk menurunkan praktik manajemen laba, karena perusahaan besar lebih mendapat perhatian dari institusi pemerintah dibanding dengan perusahaan kecil (Handayani dan Rahadi, 2009).

2.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut maka hipotesis dirumuskan sebagai berikut:

2.5.1 Pengaruh Asimetri Informasi terhadap Manajemen Laba

Manajemen laba adalah campur tangan dalam proses pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk menguntungkan diri sendiri. Manajemen laba terjadi ketika manajer menggunakan pertimbangan dalam pelaporan keuangan dan penyusunan transaksi untuk merubah laporan keuangan, dengan tujuan untuk memanipulasi besaran laba kepada beberapa *stakeholders* tentang kinerja ekonomi perusahaan atau untuk mempengaruhi hasil perjanjian yang tergantung pada angka-angka akuntansi yang dilaporkan.

Asimetri informasi merupakan suatu keadaan dimana manajer memiliki akses informasi yang lebih banyak mengenai prospek perusahaan yang tidak dimiliki oleh pihak eksternal perusahaan. Keberadaan asimetri antara manajemen dengan pemilik dapat memberikan kesempatan kepada manajer untuk melakukan tindakan manajemen laba.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Rahmawati dkk (2006) meneliti tentang pengaruh asimetri informasi terhadap praktik manajemen laba pada perusahaan perbankan *go publik*, dan hasilnya menunjukkan bahwa asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap praktik manajemen laba. Wardani dan Masodah (2011) dari hasil penelitiannya juga menyimpulkan bahwa, asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Dari uraian diatas dapat dirumuskan hipotesis:

H₁ : Asimetri informasi berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba

2.5.2 Pengaruh Ukuran Perusahaan terhadap Manajemen Laba

Ukuran perusahaan adalah ukuran yang digunakan untuk mengetahui apakah perusahaan memiliki aktivitas operasional yang lebih kompleks sehingga memungkinkan dilakukan manajemen laba. Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan dengan berbagai cara, antara lain: total aktiva, *log size*, nilai pasar saham. Keputusan Ketua Bapepam No. Kep 11/PM/1997 menyebutkan perusahaan kecil dan menengah berdasarkan aktiva (*asset*) adalah badan hukum yang memiliki total aktiva tidak lebih dari seratus milyar rupiah, sedangkan perusahaan besar adalah badan hukum yang memiliki total aktiva diatas seratus milyar rupiah.

Kusumawardani (2012) menjelaskan bahwa ukuran perusahaan secara parsial berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba. Artinya semakin tinggi ukuran perusahaan, maka cenderung tidak melakukan manajemen laba. Semakin besar perusahaan akan cenderung untuk menurunkan praktik manajemen laba, karena perusahaan besar lebih mendapat perhatian dari institusi pemerintah dibanding dengan perusahaan kecil (Handayani dan Rahadi, 2009).

H₂ : Ukuran perusahaan berpengaruh negatif signifikan terhadap manajemen laba

